
令和 2 年度

海外主要国における日本産酒類の市場調査委託事業

(区分 I・カナダ)

総括報告書

令和 3 年 7 月

株式会社 JTB

目次

1	はじめに	5
1.1	調査目的	5
2	総合分析	7
2.1	カナダの全体概要	7
2.2	日本産酒類の販売状況及び課題	9
2.3	日本産酒類輸出拡大に向けた戦略	11
3	【調査 1】市場調査	13
3.1	統計データ	13
3.2	事業者数	35
3.3	酒類別 EC 市場規模	41
3.4	物流実態	43
4	【調査 2】嗜好調査	49
4.1	一般消費者（アンケート調査）	49
4.2	市場関係者（アンケート調査）	58
4.3	検索エンジンにおける「SAKE」の検索推移	63
5	付録	66
5.1	アンケート調査票	66

図

図 1	カナダ州別地図	4
図 2	カナダの人口推移（グラフ上の数字は男女比率：パーセント）	13
図 3	カナダの地方行政区分	14
図 4	性年代別人口（2020 年）	17
図 5	米国の主要世代の特徴比較（2017 年）	17
図 6	州別飲酒率（過去 12 か月以内の飲酒、2017 年）	19
図 7	州別飲酒率（過去 1 か月以内の飲酒、2017 年）	19
図 8	カナダの酒類市場の販売量及び販売額の推移	21
図 9	酒類別売上高比率の比較（2019/20）	21
図 10	蒸留酒販売量の推移	23
図 11	ワイン（発酵酒）販売量の推移	25
図 12	ビール販売量の推移	27
図 13	その他のアルコール飲料販売量の推移	29
図 14	カナダの酒類の輸出入の推移	30
図 15	蒸留酒の輸出入の推移	31
図 16	ぶどう酒及びベルモットの輸出入の推移	32
図 17	その他の発酵酒の輸出入の推移	33
図 18	ビールの輸出入の推移	34
図 19	酒類卸業者の事業所数	37
図 20	酒場及び飲食店の事業所数	37
図 21	日本食を提供している飲食店数	38
図 22	日本酒販売にかかわる LCBO の組織形態と販売形態	45
図 23	日本から日本酒がオンタリオ州に届くまでのフロー	45
図 24	日本からオンタリオ州の小売店舗に届くまでの流通費用	46
図 25	カタログ掲載方式	47
図 26	個別輸入方式	47
図 27	日本から日本酒がケベック州に届くまでのフロー	48
図 28	日本からケベック州の小売店に届くまでの流通費用	48
図 29	消費者調査：回答者属性一覧	49
図 30	消費者調査：回答者世帯年収分布（年齢別）	49
図 31	市場関係者調査：回答者属性一覧	58
図 32	市場関係者調査：飲食店のジャンル分布	58
図 33	北米における検索エンジンシェア	63
図 34	カナダにおける検索エンジンシェア	63

表

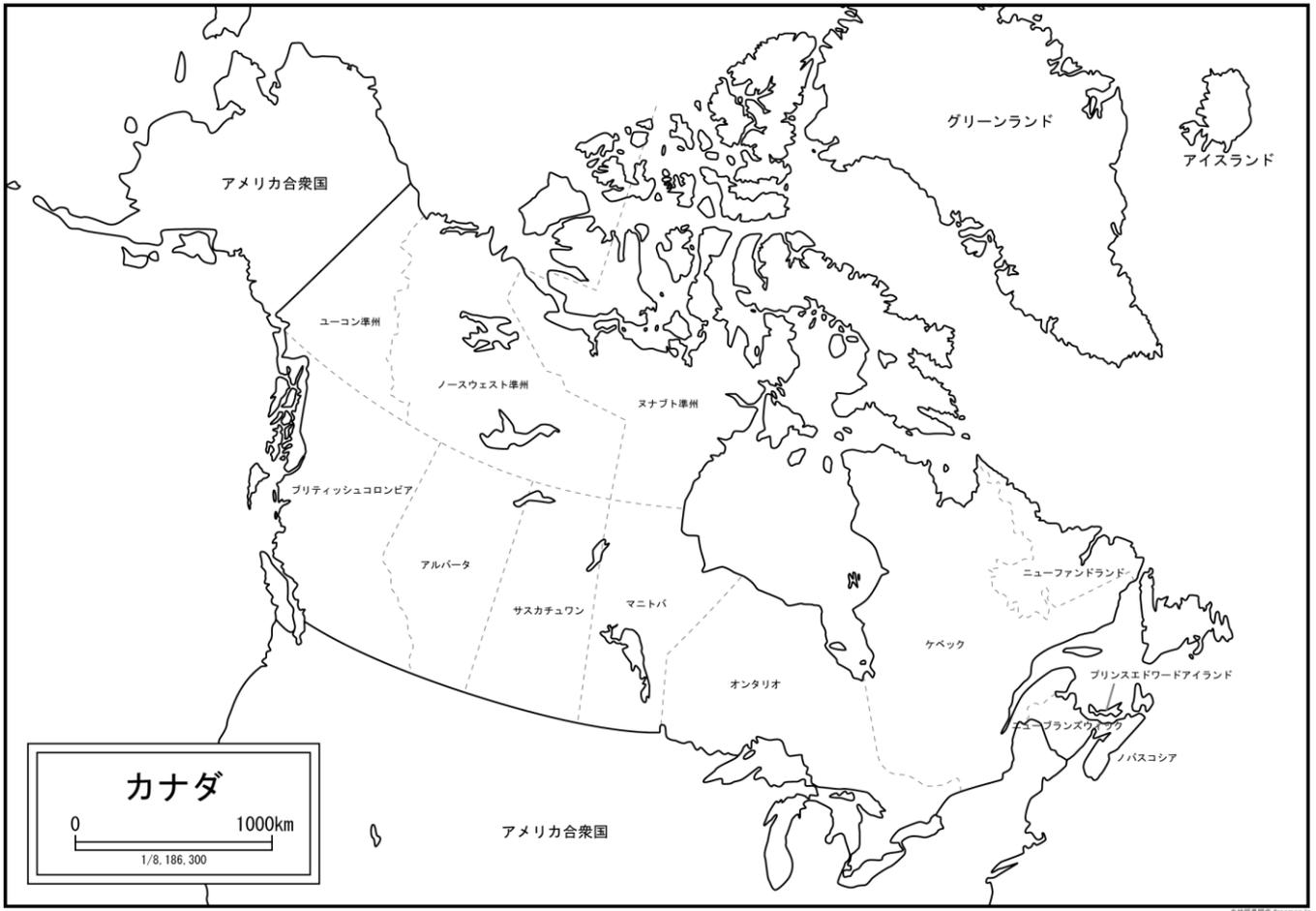
表 1	カナダの酒類市場の概要	8
表 2	日本産酒類市場の概要	10
表 3	酒類別の戦略	12
表 4	カナダの人口増加に寄与する入国移住者の割合	14
表 5	カナダの主な州の人口及び平均年齢	15
表 6	カナダの主な都市圏人口（2020 年）	15
表 7	カナダにおける公用語・非公用語母語話者の割合（2016 年）	16
表 8	カナダにおける人種構成比（2016 年）	16
表 9	全世帯の平均年収とアルコール飲料出費額の推移	18
表 10	飲酒率の推移（過去 12 か月以内の飲酒率）	18
表 11	飲酒率の推移（過去 1 か月以内の飲酒率）	18
表 12	年齢別飲酒率の推移（過去 12 か月以内の飲酒率）	18
表 13	カナダ州政府による酒類販売あるいは飲酒に関する規制一覧（2017 年）	20
表 14	州別酒類販売量の推移	22
表 15	州別酒類販売額の推移	23
表 16	州別蒸留酒の消費量推移	24
表 17	プリティッシュコロンビア州のタイプ別蒸留酒の消費量推移	24
表 18	ケベック州のタイプ別蒸留酒の消費量推移	25
表 19	州別ワイン（発酵酒）の消費量推移	26

表 20	ブリティッシュコロンビア州のタイプ別ワイン（発酵酒）の消費量推移	26
表 21	日本産清酒と米国産清酒の販売額や販売チャネルの比較（BC州）	26
表 22	州別ビールの消費量推移	27
表 23	ブリティッシュコロンビア州のタイプ別ビールの消費量推移	28
表 24	蒸留酒の主要な貿易相手国の推移（百万ブルーリットル）	31
表 25	ぶどう酒及びベルモットの主要な貿易相手国の推移（百万リットル）	32
表 26	その他の発酵酒の主要な貿易相手国の推移（輸出は百万リットル、輸入は百万カナダドル）	33
表 27	ビールの主要な貿易相手国の推移（百万リットル）	34
表 28	オンタリオ州での小売店舗内訳 2019/20年度	35
表 29	各州小売店舗数と官民内訳	36
表 30	主要な蒸留酒の小売価格	39
表 31	蒸留酒の小売価格の構造	39
表 32	主要な発酵酒の小売価格	39
表 33	蒸留酒の小売価格の構造	40
表 34	主要なビールの小売価格	40
表 35	各州 CLB の酒類 EC（2021年6月時点）	42
表 36	各州の酒類取り扱い機関の特徴	43

注)

本事業は、国税庁と株式会社 JT B との請負契約に基づき、株式会社 JT B が実施したものであり、本報告書の執筆の責任は株式会社 JT B にある。

図1 カナダ州別地図



出所) Freemap

1 はじめに

1.1 調査目的

本業務は、潜在市場の発掘を行い、その調査結果を公表することにより業界全体へ還元し、また、国税庁において今後の日本産酒類の輸出拡大に向けて採るべき施策の参考に資するために実施された、日本産酒類の市場調査結果をまとめたものである。

調査内容及び手法

① 市場調査の対象地域：

カナダ全土

② 調査対象となる酒類の品目：

HSコード 2203～2208 の間の酒類全て（清酒、ウイスキー、ビール、リキュール、ジン、ウォッカ、焼酎、ワイン、ブランデー、ラム等）

本業務の主要部分は、二部構成となっている。

第一部では、上記対象地域に関する市場概況について、文献調査（インターネット調査を含む）等による調査及び分析を行った結果をまとめた。

尚、文献調査（インターネット調査を含む）等による調査において用いた資料の出典は各ページに記載の通りである。

第二部では、一般消費者及び酒類に関する市場関係者に対して行ったアンケート調査及び分析を行った結果をまとめた。

なお、それぞれの調査の概要は以下の通りである。

【アンケート調査】

<一般消費者>

・実施時期：

2021年2月～3月

・サンプル数：

カナダ (n=500)

・調査対象者条件：

性別： 不問

年齢： 飲酒可能年齢（20/21歳）以上で、69歳未満

月に一回以上、飲酒する人

※性別、年齢、該当地域内での居住地など、割付規定なし。

※10%以上のオーバーサンプルを取得し、データクリーニングを実施。

<市場関係者>

・実施時期：

2021年2月～3月

・サンプル数：

カナダ(n=100)

※各セル n=100 あたりの内訳

（アルコール飲料を扱っている）飲食店: n=50

（アルコール飲料を扱っている）卸等流通業者: n=25

（アルコール飲料を扱っている）インポーター: n=25

・調査対象者条件：

性別： 不問

年齢： 飲酒可能年齢以上で、69歳未満

※性別、年齢、該当地域内での居住地など、割付規定なし。

※10%以上のオーバーサンプルを取得し、データクリーニングを実施。

2 総合分析

2.1 カナダの全体概要

カナダの人口は3,741人であり、増加傾向にある。多様な人種が住んでおり、移民も多い国である。欧州系の移民が多いが、近年ではアジア系の移民が増えており、特に西部ではアジア系の人口が増えている。また、平均年齢が41.41歳と日本の47.4歳¹より6歳若い。人口は同国の南半分に集中しており、特に東部のオンタリオ州とケベック州の人口が多く、カナダ全人口の6割を占める。また、都市部への集中も進行しており、東部のトロント及びモントリオールの他に西部のバンクーバーやカルガリーの人口が多い。50代後半のいわゆるベビーブーム世代が最も多く、その下の「ジェネレーションX」、そしてさらに下の「ミレニアル世代」の割合も大きくなっている。

飲酒動向についてしてみると、景気の回復に伴い飲酒出費額が増えており、2019年では平均的な出費額は1,119カナダドルである。その7割は小売店での購入金額であり、家飲みの需要が大きいと言える。男性は女性よりやや多く飲む傾向があるものの、全体での1か月内の飲酒率は6割を超える。

飲酒率においても人口の大きいオンタリオ州及びケベック州が高く、両州がカナダの酒類市場の主要な地域である。

カナダの酒類産業の大きな特徴は州政府の介入度合いが高いことである。酒類の流通は州政府の公社が担っている場合がほとんどであり、その介入度合いは州によって異なる。

酒類全体の市場規模は31億リットル、金額ベースでは245億カナダドルである。経済の成長とともに市場が拡大しており、酒類別に濃淡があるものの、全体的に今後も拡大基調が進むとみられる。

カナダ酒類市場のもう一つの特徴は、同国は酒類の輸入超過国という点である。カナダはウイスキー、ワインやビールの生産国であると同時に輸入大国でもある。カナダで消費される蒸留酒の56%、ワインの72%、ビールの17%が輸入である（いずれも販売額ベース）。多様な酒類への需要が高いカナダでは中長期的にみれば、輸入が今後も増える可能性が高い。

酒類別でみると、蒸留酒が大きく増えている反面、ビールの消費量が減少傾向をたどっている。蒸留酒は量だけではなく金額においても右肩上がりであり、その中でもウオッカやジンの人気が高まっている。西部ではアジア系の移民の増加により、アジア系の蒸留酒（白酒等）の消費量が緩やかに増えている。ワインなどの発酵酒は国産ワインの天候による影響があるものの、長期的なトレンドでは拡大傾向にある。特に、カナダの女性を中心に自宅で飲む酒類として定着している。ビール類の中で「商業ビール」と呼ばれる全国ブランドの大量生産ビールの販売量が減少し、クラフトビールの伸長が販売価格を押し上げている状況が続いている。新型コロナウイルス感染拡大の影響で飲食店の休業が続いたため、ビール樽の販売が低迷し、家飲み用の缶ビールの販売伸びた。近年最も注目を浴びている酒類はRTDと呼ばれるカクテル飲料である。価格が安く、様々なフレーバーが投入されていることから、若者を中心に人気が高い。大手メーカーがRTDのセグメントに参入している状況であり、今後も消費量が伸びるとみられる。

次表では、今次調査で収集した文献情報の他に、消費者に対して実施したアンケート調査及び市場関係者に対して行ったインタビューの結果をもとに作成したものであり、米国の酒類市場の外観およびトレンドを説明している。

¹ 国立社会保障・人口問題研究所。

表 1 カナダの酒類市場の概要

	全体	蒸留酒 (ウイスキー、焼酎を含む)	発酵酒 (ワイン、日本酒を含む)	ビール類及シードル・RTD 等
市場規模 (2019/20)	31 億リットル 245 億ドル	1.8 億リットル 60 億カナダドル (輸入割合：56%)	5.3 億リットル 78.5 億ドル (輸入割合：72%)	21.7 億リットル / 2.4 億リットル 93 億ドル / 13 億カナダドル (輸入割合：17%)
消費トレンド	経済の成長とともに拡大	拡大傾向	拡大傾向、天候の影響で国内供給が減少することもある	「商業ビール」の消費量が減少。クラフトビール及びRTDが引き続き増加
セグメントごとの傾向		<ul style="list-style-type: none"> すべての酒類の消費量が増加 ウオッカ、ジンの人気が高い プレミアム価格商品の販売も好調 西部のBC州ではアジア系の蒸留酒（白酒等）の消費が増えている 	<ul style="list-style-type: none"> 悪天候により生産量が減少 輸入が7割を占め、定着している フランス語圏のケベック州では最大の飲用酒類である 	<ul style="list-style-type: none"> 商業ビールの需要が減り続け、クラフトビールのシェアが拡大 輸入ビールも減少傾向 RTDの人气が上昇、ビール類の強力な競合となっている ノンアルコールビールの販売が好調
主な消費者	男性	男性（20, 30代）	女性（全世代）	男性（全世代）
主要な消費地	人口の多いオンタリオ州及びケベック州。また都市圏が掲載されているブリティッシュコロンビア州とアルバータ州	(州) オンタリオ アルバータ ブリティッシュコロンビア ケベック	(州) オンタリオ ケベック ブリティッシュコロンビア アルバータ	(州) オンタリオ ケベック ブリティッシュコロンビア アルバータ

出所) 文献調査、消費者及び市場関係者調査の内容を基に作成

2.2 日本産酒類の販売状況及び課題

日本産酒類に関する文献やデータが限定的である。そのため、今次調査の分析では多くの情報は消費者及び市場関係者へのアンケート調査の内容を参考にしている。そのため、全ての酒類において同様の情報を得ることが出来なかった。

輸入ベースでみると、日本産酒類の市場は減少傾向にあり、2019年には734万リットルと5年前に比べると20%（170万リットル）減少している。日本酒が分類される「その他の発酵酒」の割合が最も高く（全体の83%）、その減少幅が最も大きかった。

日本産ウイスキーは人気が高く、「日本」という枠組みから離れた飲酒としてのステータスを確立しており、販売量が増加しており、今後も拡大するとみられる。他方で、同じ蒸留酒である焼酎は認知度が低く、カナダの消費者の間では知る人が少ない。

日本酒は日本食の普及とともに拡大した経緯があり、特にアジア系が多い西部のブリティッシュコロンビア州の日本食レストランから広がり、現在では東部のオンタリオ州やケベック州でも販売されている。認知度も高く、普及の余地がある。他方、カナダでは米国からの清酒の輸入が多く、価格も安い市場のシェアが高いとみられる。需要は外食店が主であり、今回の新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受けたとみられる。

日本産ビールは100万リットルに達しており、市場自体が減少している中であって、売り上げを伸ばしていると思われる。しかし、今回の調査では日本産クラフトビールが売られている場面を確認できなかったことから、カナダで販売されているビールは、いわゆる商業ビールであると考えられる。

カナダの酒類市場と同様、日本産酒類の主な消費者層は若い世代（20代及び30代）の男性が中心である。この世代は既に日本産酒類を飲んだことがあるか、飲んでみたい世代でもある。

地域別の広がりを見てみると、主な消費地は西部のブリティッシュコロンビア州、そして人口の多いオンタリオ州とケベック州とみられる。ブリティッシュコロンビア州は日本や日本食と馴染みがあり、さらに国際色豊かな都市部でもあるため、外国の商品に対して興味を持つ地域とも言える。同州に位置する大都市バンクーバーでは日本食レストランが多く、さらに日本からの情報や文化が浸透していることから、日本の商品を一番早く取り入れる傾向がある。バンクーバーを起点に商品の認知度が東部へと移行していく流れが主である。

さらなる販売拡大への課題として挙げられるのは特定の酒類の認知度の低さである。焼酎や泡盛は認知度が低く、情報もないため、カナダ消費者の関心が広がらない。日本酒は認知度が高いものの、米国産の安価な清酒と競合しなければならず、外食店以外の市場の開拓が必要と考えられる。カナダではビール市場がクラフトビールやRTD等の新たな商品によって縮小傾向にある一方で、販売金額が上昇していることから、高価格帯の日本産クラフトビールの進出の余地があるとみられる。

次表では、今次調査で収集した文献情報の他に、消費者に対して実施したアンケート調査及び市場関係者に対して行ったインタビューの結果をもとに作成したものであり、日本産酒類市場の外観およびトレンドを説明している。

表 2 日本産酒類市場の概要

	全体	蒸留酒（ウイスキー、焼酎を含む）	発酵酒（ワイン、日本酒を含む）	ビール類
市場規模 (2020)	734万リットル	12万リットル	0.2万リットル（ワイン） 611万リットル（日本酒）	110万リットル
トレンド	減少傾向	日本産ウイスキーの輸入が増えている	ワインは上下がある一方、日本酒は減少。 日本酒は冷より熱燗を好む傾向がある。	国内ビール需要の低迷を受け、輸入も停滞
主な消費者	若い世代の男性（特に20代、30代）	（焼酎） 若い世代（特に20-30代）の男性	（日本酒） 全ての世代、特に20-30代の男性	男性
主要な消費地 (都市)	ブリティッシュコロンビア オンタリオ ケベック	ブリティッシュコロンビア オンタリオ ケベック	ブリティッシュコロンビア オンタリオ ケベック	ブリティッシュコロンビア オンタリオ ケベック
認知度	酒類によって認知度が大きく異なる	ウイスキーの認知度が高い。焼酎及び泡盛の認知度が全酒類で最も低い。	日本酒の認知度が非常に高い。	日本酒と並んで認知度が最も高く、関心も高い。
競合		輸入蒸留酒全般。	カナダ産または輸入ワイン全般。 日本酒の場合、米国産日本酒が競合	輸入ビールやクラフトビール。近年ではRTDも強力な競合となっている。
長所		ウイスキーの認知度が高く、人気がある。	日本酒は全世代で認知度が高い。日本酒は日本食との関連性が高く、日本食レストランで取り扱われることが多い。	一定の存在感がある。
短所		焼酎及び泡盛の認知度が非常に低い。 関連情報がなく、試飲会もないため、消費者の関心が広がらない。	関連情報がなく、試飲会もないため、消費者の関心が広がらない。	ビール市場自体が低迷しており、若い世代は他の酒類（蒸留酒など）へとシフトしている。

出所）文献調査、消費者及び市場関係者調査の内容を基に作成

2.3 日本産酒類輸出拡大に向けた戦略

日本産酒類輸出拡大に向けた戦略を考えた際、酒類別のターゲット、地域、アピールポイント、手法の指標ごとに分析を行った。さらに、すべての酒類において共通している課題に対処するための横断的な戦略、取り組みについても分析した。

前述の通り、カナダ市場での販売拡大の課題が酒類ごとに異なる。これまでの文献調査、消費者及び市場関係者調査で得た情報を基にまとめている。

まずターゲットは男性、特に 20 代から 30 代までの比較的若い世代に焦点を置くことが重要である。この世代は消費量が多いだけでなく、多様な酒類への関心が高く、さらに日本産酒類への興味もある世代である。これ以上の高年齢層や女性層は日本産酒類への関心が比較的低く、実際に消費してもらうための労力が大きいと推察できる。ビールが例外であり、ビールはあらゆる世代で好まれており、クラフトビールはカナダで人気なため、対象の世代を広げても良い可能性がある。

カナダでは人口の密度が同国西部と東部の 4 州に集中しており、その中でもアジア系の人口が多く、日本と馴染みがある西部のブリティッシュコロンビア州は足掛かりとして検討する価値がある。消費地としては東部のオンタリオ州及びケベック州が同国最大であるが、日本食の浸透の流れに鑑みて、西部から少しずつ東部へと移行していくことが効率的であると考えられる。

採用すべき販売促進手法については、市場関係者のアンケート調査の結果を中心にまとめている。認知度が低い酒類の場合、まず知ってもらうための試飲会の開催が必要であり、特に日本食と併せてプロモーションを行うべきであり、「日本」との関連性が効果的であるようである。

横断的な課題としては情報の少なさが挙げられる。消費者調査では、最も知りたい情報は「味覚」であると答えた人が多いことから、試飲の機会を増やすことが重要であり、さらに味覚を想像や判断できるような指標の提示も重要であると考えられる。ターゲットである若い世代の男性は口コミ情報にも関心があるため、デジタルでの広報も一案であろう。

表 3 酒類別の戦略

	蒸留酒（ウイスキー、焼酎を含む）	発酵酒（ワイン、日本酒を含む）	ビール類
ターゲット	男性（20代、30代）	（日本酒） 全世代、特に20代から30代の男性	男性（全世代）
地域	（ウイスキー、ジン） 消費量が多いオンタリオ州やアルバータ州 （焼酎、泡盛） アジア系酒類の消費量が多いとみられるブリティッシュコロンビア州で認知度を高める	（日本酒） 日本食レストランの多いブリティッシュコロンビア州	ビール消費の多い州（オンタリオ、ケベック、ブリティッシュコロンビア等）
アピールポイント	（ウイスキー） 「ジャパニーズ・ウイスキー」というカテゴリーが既に知られており、ストーリー性を伝える。 （焼酎、泡盛） 健康志向の高い若い世代向けに低カロリー、低糖質をアピールポイントとする RTD としての販売も一案である	（日本酒） 日本食や「日本」との関連性をアピールすべき	「クラフト」というキーワードが重要。
手法	店頭試飲会、カクテルバーへのアプローチ	（日本酒） 日本食レストランはもとより、米産清酒と差別化を図るため、「日本産」の側面を前面に出す	BtoB 向け試飲会
横断的課題	英語での情報の発信が重要である。 味覚を連想させるような指標や味の評価を提供することで、初めて飲む人の関心を喚起する。		

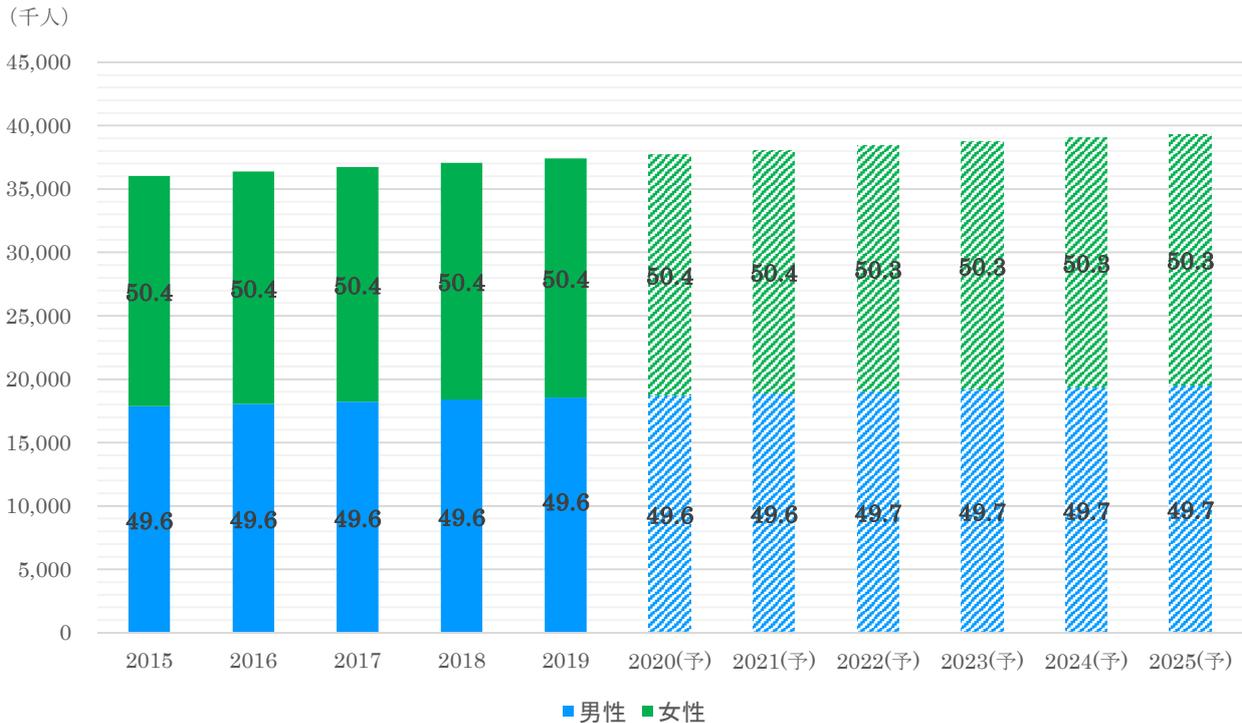
出所）文献調査、消費者及び市場関係者調査の内容を基に作成

3 【調査1】市場調査

3.1 統計データ

3.1.1 人口動態

図2 カナダの人口推移（グラフ上の数字は男女比率：パーセント）



(千人)	2015	2016	2017	2018	2019	2020(予)	2021(予)	2022(予)	2023(予)	2024(予)	2025(予)
女性	18,163	18,341	18,514	18,682	18,848	19,010	19,170	19,328	19,483	19,637	19,789
男性	17,864	18,042	18,218	18,392	18,564	18,732	18,898	19,061	19,222	19,380	19,538
合計	36,027	36,383	36,732	37,075	37,411	37,742	38,068	38,388	38,704	39,017	39,327

出所) 国連、2019

国連の統計によれば、カナダの人口は2019年時点では3,741万人と、日本の1/3弱に相当する。世界でみて近い人口数を有する国には、ポーランド(3,789万)、モロッコ(3,647万)、アフガニスタン(3,804万)などがある。毎年人口は30万人強の増加をみせ、国連の予測によれば2025年には約3,900万人に達するとみられる。男女比率は女性が50.4%、男性が49.6%とわずかに女性が多い。この傾向は2015年以降変わらず、今後5年においても変化はないと予測されている。

また、カナダ統計局(Statistics Canada)によれば、2019-20年度²において、人口は約41万人の増加となったものの、これはCovid-19が影響したものとされ、2015-16年以来最低の数字であった。また、2020年4月から7月の間において、同国の人口は3,800万人を超えたという国勢調査の結果が出ている。

カナダは多文化主義を掲げる他民族国家であり、移民人口は総人口の増加に大きく影響している。カナダ統計局によれば、2019-20年は人口増加の7割を、2016-17年から2018-19年では6割を移民が占めている。JETROによれば、2018年時点ではアジア系(中国、香港、韓国等)の移民が多い傾向にある。³

² カナダの会計年度は日本同様4月から翌年3月である。カナダ政府統計は、毎年7月1日付国勢調査統計公表によるものである。

³ https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Marketing/2020/marketing_basicoinfo_Canada_2007.pdf

表 4 カナダの人口増加に寄与する入国移住者の割合

		2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
人口増加数		435,808	519,883	528,206	411,854
内訳	誕生・死亡による増減	105,702	93,025	85,246	74,571
	入国移住者	272,707	303,325	313,601	284,387
	その他（帰国した出国移住者・一時出国者・非永住居住者等）	57,399	123,533	129,359	52,896
人口増加数に対する入国移住者数の割合(%)		63	58	59	69

出所) Statistics Canada 2020 年データ Table 17-10-0005-01 及び Table 17-10-0008-01 をもとに作成

カナダは 10 の州（Province）と 3 つの準州（Territory）からなっており、後者に当たるのは同国北半分のユーコン、ノースウェスト、及びヌナヴトである。

図 3 カナダの地方行政区分



出所) <https://commons.wikimedia.org/wiki>

州別人口をみると、全体像としては五大湖の北部に位置するオンタリオ州の人口は桁違いに多く、人口第 2 位のケベック州とは大きな開きがある。2020 年時点でオンタリオ州（1,473 万人）、ケベック州（857 万人）、ブリティッシュコロンビア州（515 万人）、アルバータ州（442 万人）が特に多い。特にオンタリオ州とケベック州の両州はカナダ全人口の 6 割を占めるほど、非常に重要な州である。

都市圏人口でみると、オンタリオ州の州都であるトロント市がカナダ最大の都市であり、ケベック州のモントリオール市、ブリティッシュコロンビア州のバンクーバー市がこれに続く。いずれもが、米国との国境近くに位置している。

2020年時点でのカナダの平均年齢は41.4歳であり（日本の平均年齢は47.4歳）、平均年齢に関しては全州において、緩やかな高齢化傾向となっている一方で、30歳代あるいはそれ以下となっている州が半数に上る。ちなみに、酒類を購入・飲酒できる成人年齢は州により異なり、18歳がケベック州、アルバータ州、マニトバ州、それ以外は19歳となっている。⁴

表5 カナダの主な州の人口及び平均年齢

州・準州		2016	2017	2018	2019	2020
オンタリオ	人口	13,875,394	14,070,141	14,308,697	14,544,718	14,734,014
	平均年齢	40.7	40.9	41.0	41.1	41.2
ケベック	人口	8,225,950	8,302,063	8,401,738	8,501,703	8,574,571
	平均年齢	41.9	42.1	42.2	42.4	42.6
ブリティッシュコロンビア	人口	4,859,250	4,929,384	5,010,476	5,090,955	5,147,712
	平均年齢	41.9	42.1	42.2	42.3	42.6
アルバータ	人口	4,196,061	4,241,100	4,298,275	4,361,694	4,421,876
	平均年齢	37.6	37.8	38.1	38.3	38.5
マニトバ	人口	1,314,139	1,334,790	1,352,825	1,369,540	1,379,263
	平均年齢	38.8	38.8	38.9	39.0	39.1
その他	人口	3,638,693	3,667,817	3,639,167	3,724,774	3,747,802
カナダ全体	人口	36,109,487	36,545,295	37,065,178	37,593,384	38,005,238
	平均年齢	40.8	41.0	41.1	41.3	41.4

出所) Statistics Canada. Table 17-10-0005-01 データをもとに作成

表6 カナダの主な都市圏人口（2020年）

順位	都市	州	人口
1	トロント	オンタリオ	6,555,205
2	モントリオール	ケベック	4,364,189
3	バンクーバー	ブリティッシュコロンビア	2,737,698
4	カルガリー	アルバータ	1,543,283
5	エドモントン	アルバータ	1,468,926
6	オタワ/ガティノー	オンタリオ/ケベック	1,461,494

出所) Statistics Canada 2016年国勢調査のデータをもとに作成

カナダでの公用語は英語と仏語となっているが、カナダ統計局2016年国勢調査をみると、国民の多様性に伴い、国民が使用する言語が多様化していることがわかる。州別にみると、ケベック州では仏語母語話者が9割を超え、ヌナヴト州で先住民言語母語話者が半数を超えているほかは、主に公用語である英語母語話者が圧倒的に多い州がほとんどである。移民言語の内訳としては中国普通語（61万）、中国広東語（59万）、パンジャブ語（インド）（54万）、タガログ語（フィリピン）（51万）、スペイン語（50万）、アラビア語（49万）、イタリア語（40万）、ドイツ語（40万）がある。また、カナダ人の17.9%は英語と仏語のどちらも理解すると答えている⁵。先述の人口の多い州のうち、ケベック州ではフランス語が優勢である以外に、その他3州（オンタリオ州・ブリティッシュコロンビア州・アルバータ州）においては、公用語（英語・仏語）を母語とする人口の割合がいずれも7割台であることから、都市部には非公用語を母語とする民族が多いことがわかる。また、大都市を抱える他の州と比較すると、人口の決して多い州ではないマニトバ州においても公用語を母語とする人口は7割台に抑えられている。

⁴ <https://www.ccsa.ca/policy-and-regulations-alcohol>

⁵ Statistics Canada, 2016 Census of Population, Statistics Canada Catalogue no. 98-400-X2016203.

表7 カナダにおける公用語・非公用語母語話者の割合（2016年）

州・準州	人口	公用語話者割合（％）		母語が英語・仏語以外の人口割合（％）
		英語	仏語	
オンタリオ	13,312,870	94.8	5.8	30.0
ケベック	8,066,560	10.3	91.0	14.5
ブリティッシュコロンビア	4,598,410	98.2	2.2	29.5
アルバータ	4,026,650	97.6	2.7	23.7
マニトバ	1,261,615	95.8	4.7	25.0
カナダ全体	34,767,255	73.6	27.2	22.9

出所）Statistics Canada 2016年国勢調査のデータをもとに作成

注）本表における人口数は先述の州別人口数と合致していないが、出所はいずれもカナダ政府であるため、本表の人口は回答人口と考えられる。

2016年国勢調査による民族構成を見てみると、欧州系が全体の半分以上の57.1%を占め、先住民以外でその他北米系、アジア系がこれに続く。出身国でみると、英国出身者（主にイングリッシュ、アイリッシュ、スコティッシュ）が圧倒的に多く、フランス、ドイツがこれに続く一方で、インド、中国の出身者の数がそれに追隨している。

表8 カナダにおける人種構成比（2016年）

民族	そのうち移民100万人以上の出身国	人数	総人口に対する割合（％）
北米先住民系	-	2,130,520	6.2
その他北米系	-	11,628,535	33.7
欧州系	-	19,683,320	57.1
	英国	11,211,850	-
	フランス	4,680,815	-
	ドイツ	3,322,405	
	イタリア	1,587,970	
	その他	5,165,865	
中南米・カリブ系	-	1,423,795	4.2
アフリカ系	-	1,067,925	3.1
アジア系	-	6,095,235	17.7
	インド	1,963,330	
	中国	1,769,195	
オセアニア系	-	85,465	0.2
カナダ合計		34,460,065	

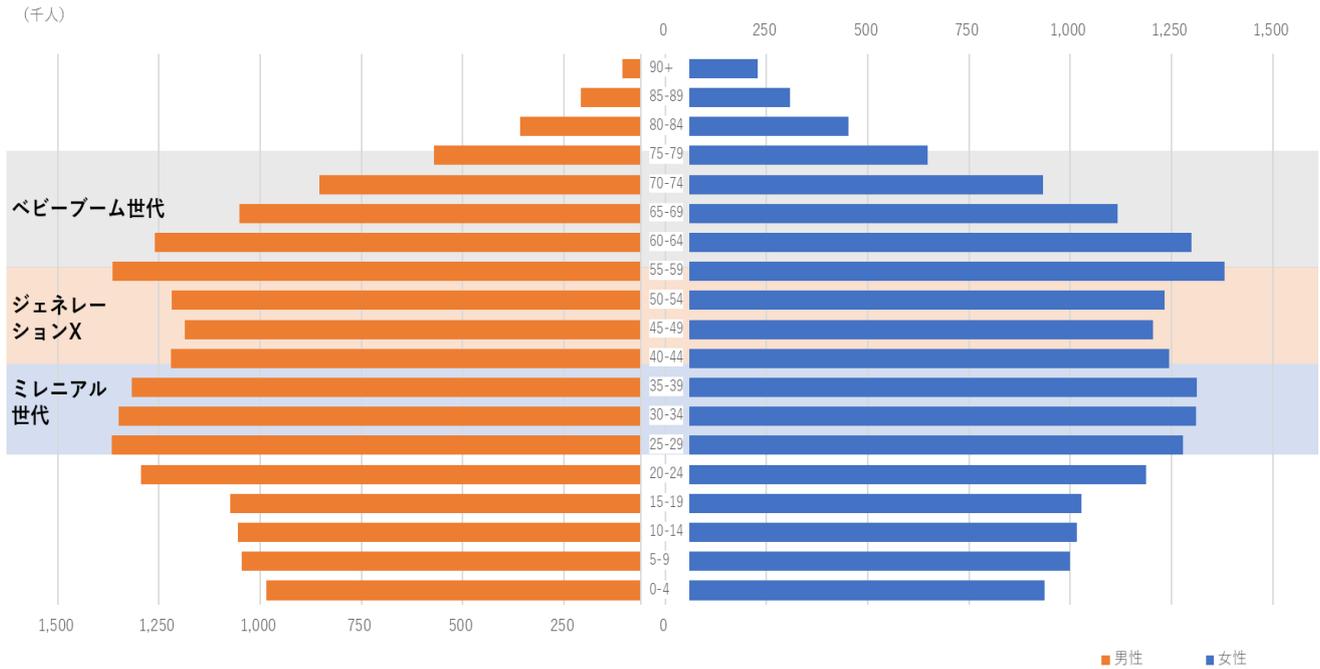
出所）Statistics Canada, 2016 国勢調査、Catalogue no. 98-400-X2016187.のデータをもとに作成

年齢の構成率をみてみると、ベビーブーム世代（55歳から75歳まで）と呼ばれる人口層が最も多く、全体の23%を占める。これに次ぐのは「ジェネレーションX」と呼ばれる40代から55歳までの世代と、その次の20代後半から40歳までの「ミレニアル世代」であり、両世代はいずれも21%を占める。なお、カナダの平均年齢は女性41.8歳、男性39.8歳となっており、今後緩やかに平均年齢が上がるとみられる。

また、カナダの世帯人口にも変化が生じており、今では一人世帯の数が最も多い⁶。人種構成、年齢構成、世帯構成の推移とともに、カナダ人の消費行動が変化を遂げている。

⁶ https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/canada/reaching-the-consumers?url_de_la_page=%2Fen%2Fportal%2Fanalyse-markets%2Fcanada%2Freaching-the-consumers&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=

図4 性年代別人口（2020年）



出所) Statistics Canada. Table 17-10-0005-01 Population estimates on July 1st, by age and sex, 2020年9月29日
<https://doi.org/10.25318/1710000501-eng>

なお、参考までに、JETRO がまとめた米国における世代ごとの消費傾向が特徴を記している。

図5 米国の主要世代の特徴比較（2017年）

	サイレント	ベビーブーム	ジェネレーション X	ミレニアル (ジェネレーション Y)	ポストミレニアル (ジェネレーション Z)
出生時期	1928~45年	1946~64年	1965~80年	1981~96年	1997年~
年齢 (2017年)	72~89歳	53~71歳	37~52歳	21~36歳	16~20歳
全労働力人口に占める割合 (2017年)	2%	25%	33%	35%	5%
世代の成長期における主な社会情勢	世界大恐慌、第二次世界大戦、電化製品の登場	冷戦、月面着陸、公民権運動、ベトナム戦争、女性解放運動	石油ショック、ウォーターゲート事件、チェルノブイリ原発事故、ベルリンの壁崩壊(冷戦終結)、インターネットの登場	同時多発テロ事件、イラク戦争、エンロンショック、ソーシャルメディアの出現	グレート・リセッション、アラブの春、WikiLeaksの開設、人工知能(AI)の進歩
代表的な製品	自動車	テレビ	パソコン	スマートフォン/タブレット端末	AR/VR、3Dプリンタ、自動運転車
コミュニケーションメディア	手紙	電話	電子メール/SMS	SMS/ソーシャルメディア	SMS/ソーシャルメディア/絵文字、小型通信端末(ウェアラブル装置、スマートテキスタイル等)
デジタル技術の習熟度	アナログ(pre-digital)世代	デジタル移民(digital immigrant) ²	アーリーアダプター(early digital adopter) ³	デジタルネイティブ(digital native) ⁴	生来のデジタル/テクノロジー依存(digital innate/technoholic)世代
特徴・傾向	規律正しい核家族家庭で育った世代で、族やコミュニティ、国への忠誠心が強く、チームやグループの共同活動に献身的に取り組む	私生活より仕事を優先することが多い最も熱心な働き手世代として知られる	前世代より独立心や順応性が高くテクノロジーに精通した世代で、仕事と生活の調和(ワーク・ライフ・バランス)を重視する	最も教養が高く、人種の多様性に富んだ世代で、活動的でテクノロジーに精通し、社会意識が高い	ミレニアル世代と同様の特徴を多く有するが、完全なスマホ/SNS世代である。2008年のリーマンショック後の経済不況で両親が財政的困難に陥っている状況を目の当たりにしたことで、雇用の安定

出所) https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2018/ec095202b7547790/ny201810.pdf

3.1.2 家計消費状況

カナダ統計局によれば、2019年の一世帯の平均収入は91,900カナダドルである。景気の回復に伴い、収入は5年前に比べて約3,000カナダドル（3.6%）増えている。その中の、アルコール飲料の平均的な消費額は2019年で1,119カナダドルであり、5年前に比べると14.8%増加しており、収入の増加とともにアルコールの出費額が増える傾向にある。

アルコール飲料を購入する場所として、小売店が最も多く、家で飲酒するための購入だと考えられる。他方で、飲食店で購入する酒類の出費額は320カナダドルと、小売店の場合の半分以下である。2020年の新型コロナウイルス感染症拡大の影響で飲食店の休業が多く、家飲みの需要が増えたことから、小売店での購入金額が増えているとみられる。

表9 全世界帯の平均年収とアルコール飲料出費額の推移

(カナダドル)	2015	2016	2017	2018	2019
全世界帯の平均収入	88,700	88,100	91,000	91,700	91,900
全世界帯のアルコール飲料出費額	975	988	1,113	-	1,119
うち、飲食店で購入	297	297	435	-	320
うち、小売店で購入	678	691	678	-	799

出所) Statistics Canada. Incomes statistics by economic family type and income source 及び Household spending by household type.

3.1.3 飲酒率

カナダ政府が2年おきに統計を集計しているアルコール・薬物使用モニタリング調査（CADUMS）及びタバコ・アルコール・薬物調査（CTADS）を基に飲酒率をまとめている。これらのデータはいずれも15歳以上の男女の比率を表したものであり、「過去12か月以内に飲酒をした」または「過去1か月以内に飲酒をした」とそれぞれ回答された割合となっている。

2つの統計で共通する点は、男性の飲酒量は女性のそれを上回る点であるが、男性の飲酒率が緩やかな低下傾向にある一方で、女性の飲酒率ははっきりとした上昇傾向にあることである。

表10 飲酒率の推移（過去12か月以内の飲酒率）

(%)	2013	2015	2017
女性	71.2	72.7	76.9
男性	80.6	81.3	79.5
全体	75.9	76.9	78.2

表11 飲酒率の推移（過去1か月以内の飲酒率）

(%)	2013	2015	2017
女性	59.0	60.6	64.9
男性	72.4	72.2	71.5
全体	65.6	66.3	68.2

出所) Government of Canada Public Health Infobase 及び Canadian Tobacco, Alcohol and Drugs Survey (CTADS).

カナダ政府の統計は少年-若年層の飲酒問題対策に関連して公表されているものであり、各世代別の傾向等を見ることはできない。他方で、20代前半の飲酒率が25歳以上の層より高い。

表12 年齢別飲酒率の推移（過去12か月以内の飲酒率）

(%)	2013	2015	2017
15-19歳	60.3	59.1	56.8
20-24歳	83.2	82.7	83.5
25歳以上	76.5	77.8	79.4

出所) Government of Canada Public Health Infobase 及び Canadian Tobacco, Alcohol and Drugs Survey (CTADS).

以下 2 つの図は、飲酒率に関する州別割合を表したものである⁷。他の州に比べて、ケベック州の飲酒率が最も高く、84%のケベック州民は 12 か月以内に飲酒をし、73%は 1 か月以内にアルコール飲料を飲んでいる。人口が最も多いオンタリオ州の飲酒率は 75,6%（12 か月以内）及び 65,6%（1 か月以内）であり、いずれもカナダ全体の平均よりやや低い。他方、人口が多いことから、酒類の市場規模ではオンタリオ州の方がケベック州より大きい（3.1.3 を参照）。

図 6 州別飲酒率（過去 12 か月以内の飲酒、2017 年）

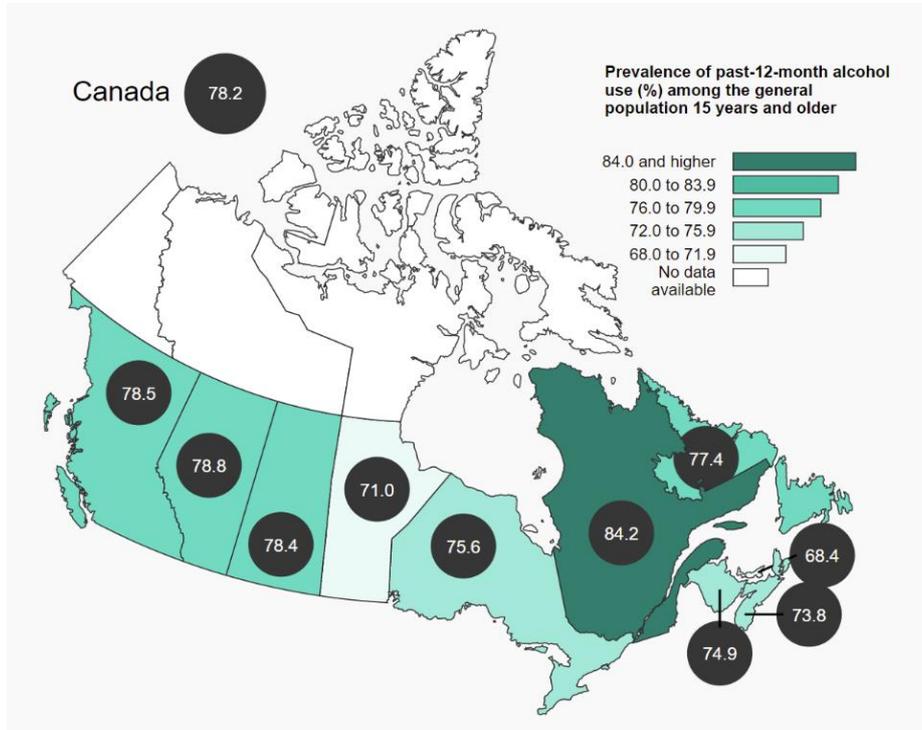
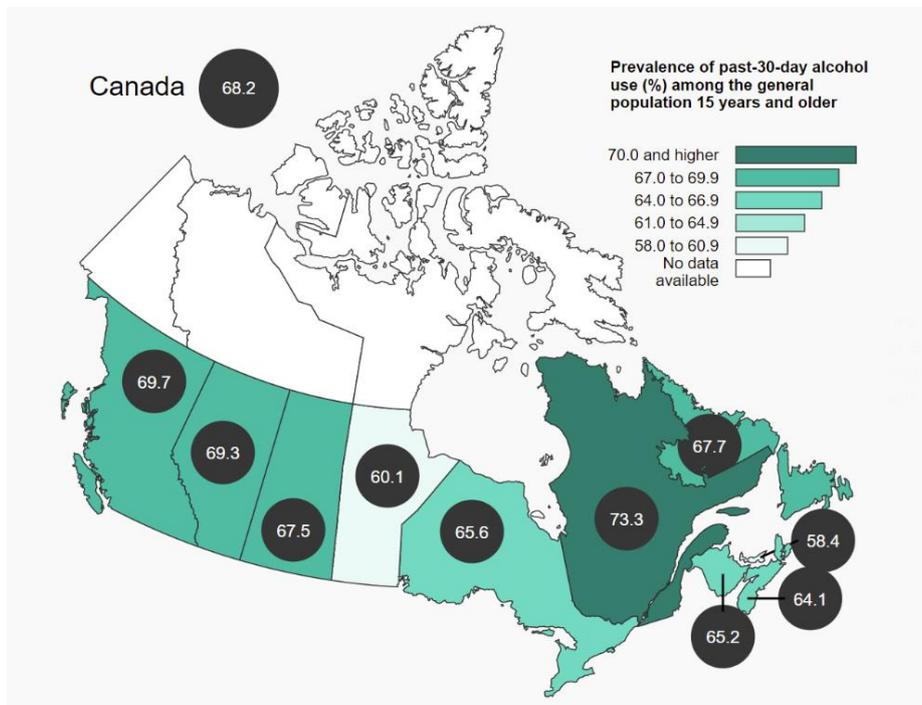


図 7 州別飲酒率（過去 1 か月以内の飲酒、2017 年）



出所) Government of Canada Public Health Infobase 及び Canadian Tobacco, Alcohol and Drugs Survey (CTADS).

⁷ ユーコン準州・ノースウェスト準州・ヌナヴト準州のデータは図の統計に示されていない。

カナダでは飲酒によって起こされる問題に対し、非常に厳しく取り組んでいる。2011年11月にカナダ政府の「低リスク飲酒ガイドライン（LRDG）」が発行されて以来、飲酒の様々な病気との関連性や暴力をはじめとする社会的弊害への連鎖について、具体的な統計で示し、国民に節度ある飲酒を求めている。⁸

また、酒類販売あるいは飲酒に関し、国による規制のみならず、州により定められた規制もある。州の規制には「飲酒可能年齢」のみならず、「酔客に小売店または外食店でアルコール飲料を販売することに対する規制」⁹などがあり、カナダにおける飲酒量及び飲酒率には、少なからず各州の規制も影響している。

下表はカナダ政府が2017年に発行した各州の酒類販売に関する規制一覧である¹⁰。

表 13 カナダ州政府による酒類販売あるいは飲酒に関する規制一覧（2017年）

州・準州	酒類購入及び 飲酒可能年齢	酒類広告に関 する法的規制*	アルコールスポ ンサーシップに 関する法的規制	酒類セールス プロモーションに 関する法的規制
ニューファンドランド・ラブラドール	19	有	無	有
プリンスエドワードアイランド	19	有	無	無
ノバスコシア	19	有	無	無
ニュー・ブランズウィック	19	有	無	無
ケベック	18	有	有	有
オンタリオ	19	有	有	有
マニトバ	19	有	有	有
サスカチュワン	19	有	無	有
アルバータ	19	無	有	有
ブリティッシュコロンビア	19	有	有	有
ユーコン	19	有	無	有
ノースウエスト	19	有	無	有
ヌナヴト	19	有	無	有
カナダ	-	有	無	無

出所) The Canadian Centre on Substance Use and Addiction(CCSA)、The National Alcohol Strategy Monitoring Project 2017

*「有」はカナダ政府の定める放送コード(CRTC)以上の規制を意味する。CRTCは放送における広告にのみ適用され、オンライン広告はカバーされていない(2017年時点)

3.1.4 酒類別の消費量・消費額

カナダの酒類市場の規模は31億リットル、245億カナダドルである(2019/2020年)。販売量をみると2019/20年以外は大きな増減がなく、過去5年間の成長率はわずか1%である。他方で、販売額は同期間で11%増加しており、単価の高い酒類の販売が好調であるとみられる。

ビールを除く他の酒類は増加傾向にあり、特にシードル等の「その他」の酒類の販売量は過去5年で1.5倍増えている。金額においても「その他」のセグメントは1.5倍増えており、蒸留酒及びワインもそれぞれ17.8%と12.6%増えており、金額においてもビール類の低調が伺える。

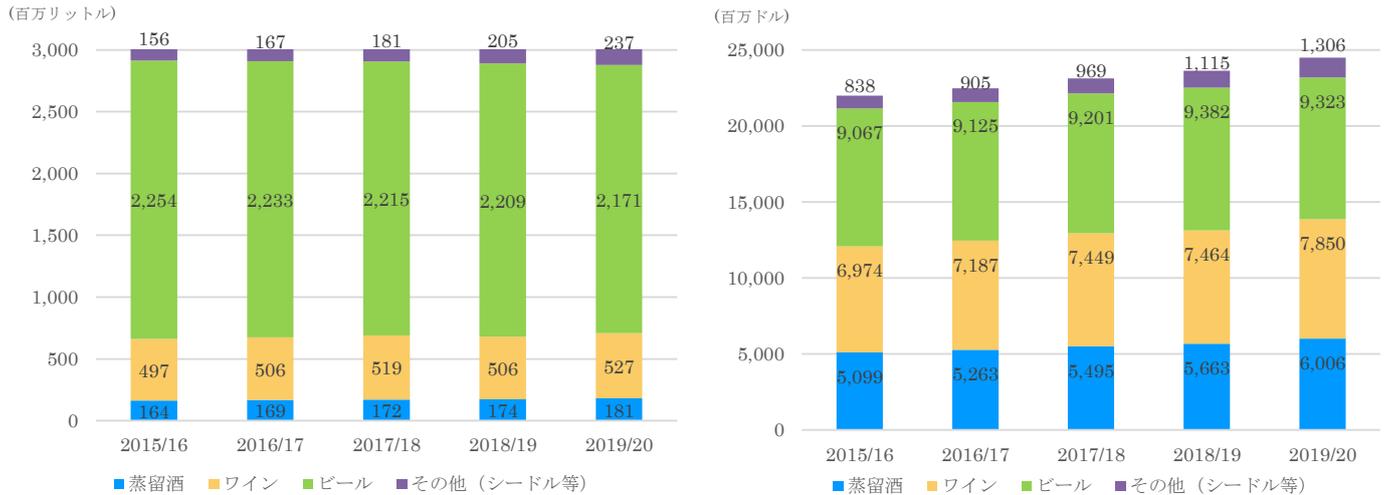
以下では、様々な先行報告書やニュース、業界団体などのニュースリリースやレポートを中心に、カナダの酒類販売状況についてまとめている。

⁸ <https://www.ccsa.ca/lrdg-project-2022#:~:text=What%20are%20Canada's%20current%20Low,drinks%20a%20day%20most%20days.>

⁹ <https://www.ccsa.ca/sites/default/files/2019-04/CCSA-National-Alcohol-Strategy-Monitoring-Report-2017-en.pdf>

¹⁰ <https://www.ccsa.ca/sites/default/files/2019-04/CCSA-National-Alcohol-Strategy-Monitoring-Report-2017-en.pdf>

図8 カナダの酒類市場の販売量及び販売額の推移



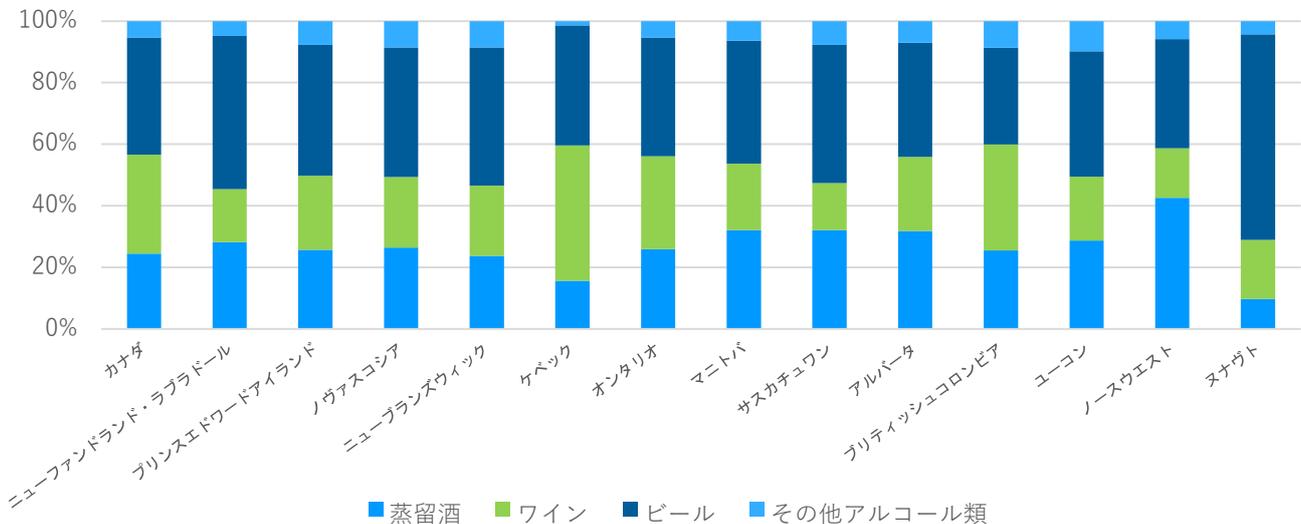
(販売量、百万リットル)	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	(%)
蒸留酒	164	169	172	174	181	5.8
ワイン	497	506	519	506	527	16.9
ビール類	2,254	2,233	2,215	2,209	2,171	69.7
その他（シードル類）	156	167	181	205	237	7.6
合計	3,071	3,074	3,087	3,094	3,116	100.0

(販売額、百万カナダドル)	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	(%)
蒸留酒	5,099	5,263	5,495	5,663	6,006	24.5
ワイン	6,974	7,187	7,449	7,464	7,850	32.1
ビール類	9,067	9,125	9,201	9,382	9,323	38.1
その他（シードル類）	838	905	969	1,115	1,306	5.3
合計	21,978	22,480	23,114	23,624	24,485	100.0

出所) Statistics Canada. Table 10-10-0010-01 Sales of alcoholic beverages types by liquor authorities and other retail outlets, by value, volume, and absolute volume のデータをもとに作成

州別の販売量及び販売額を見てみると、各州の特徴が見て取れる。フランス語話者が9割いるケベック州ではワインの販売額が最も多く、北部のヌナヴト準州はビールを最も多く飲んでいる。

図9 酒類別売上高比率の比較（2019/20）



出所) Statistics Canada. Table 10-10-0010-01 Sales of alcoholic beverages types by liquor authorities and other retail outlets, by value, volume, and absolute volume のデータをもとに作成

州別の傾向をみると、ニューファンドランド・ラブラドール州、マニトバ州、サスカチュワン州、ノースウェスト州、そして大都市を2つ抱えるアルバータ州での酒類の販売量は減少の一途である。興味深いのは2019-20年データ集計対象期間にはコロナ禍が含まれているが、これらの州ではそれ以前から既に減少傾向があったということである。その他の州ではおしなべて緩やかな増加が続いているが、ヌナヴト準州ではこの5年間で数量・金額共に約2.7倍の増加となっている。

州によつての状況差はあるものの、カナダにおいての酒類販売量が大きく伸びていないことに影響しているのは、政府による管理・規制である。カナダには、未成年の飲酒、アルコール依存症などの問題に取り組む国全体の厳しい姿勢があり、消費者を煽って多くの量のアルコールを摂取させるという行為が、否定的に捉えられる。これが、他の欧米の国々とカナダとの市場構造を大きく異なったものにしていていると考えられる。

例えば、ケベック州の酒類卸公社 SAQ は2015年に Inspire Rewards というプログラムを開始。このプログラムの会員となることで、消費者がさまざまな特典を受けられるというものであり、その特典の用意に向けて、サプライヤーの参加を集ったり、限定商品を開発したり、無料試飲や現金割引（後にポイント制に移行）といった民間さながらのサービスを行っている。2018年1月実施の顧客調査統計には238万人の会員がおり、売上の70%は会員によるもので、売上の52%はこのプログラムが買足しに寄与したものであるほか、会員の購買額は非会員のそれよりも44%高いとのデータが公表されている。（2021年での会員数は180万人）¹¹ これに対し、カナダの報道機関は一連のSAQの活動を「マーケティング戦略は、アルコール消費に関連する公衆衛生問題を減らす努力とは相容れないものである。」という国立衛生研究所の専門家の言葉をもって疑問視し、それを受けたSAQが「販売量を伸ばしたいのではなく、コスパを見直しながら、より多くの資金を政府に提供できるよう努力をしている。」と回答するやりとりが見られる。¹²

一方、州間のアルコール取引が認められていないことも、市場の成長を促さない大きな要因である。各州において地元の産品を重点的に消費することを促進していることも、これを後押ししている。

2012年、ケベック州からニュー・ブランズウィック州に制限量を超える12ポイント（約5.6リットル）のビールを車で持ち帰った人物が、292カナダドル以上の罰金を科されたという「事件」があり、この件は連邦政府の最高裁判所まで持ち込まれた。最高裁はこの罰金に対し、合憲とする判決を下し、各州の市場を守る姿勢をとっている¹³。

表 14 州別酒類販売量の推移

（販売量、百万リットル）	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
オンタリオ	1,096	1,111	1,103	1,119	1,144
ケベック	762	760	770	770	773
ブリティッシュコロンビア	429	440	452	453	457
アルバータ	378	359	358	354	348
マニトバ	101	101	102	100	98
サスカチュワン	93	91	88	85	80
ノバスコシア	79	78	79	79	80
ニュー・ブランズウィック	58	60	61	62	62
ニューファンドランド・ラブラドール	52	52	51	49	49
プリンスエドワードアイランド	12	13	13	13	13
ユーコン	5	5	5	5	5
ノースウエスト	4	4	5	4	4
ヌナヴト	1	1	1	1	2
カナダ合計	3,071	3,074	3,087	3,094	3,116

出所) Statistics Canada

¹¹ https://saqblobmktg.blob.core.windows.net/documents/Communications/Rapports_Financiers/SAQ_AR21_FINAL.pdf

¹² “Inspire, un programme qui vend, vante la SAQ” La Presse, 2019年4月4日

<https://www.lapresse.ca/affaires/economie/201904/04/01-5220876-inspire-un-programme-qui-vend-vante-la-saq.php>

¹³ <https://www.wellandtribune.ca/opinion/contributors/2021/02/05/will-canada-finally-get-functioning-interprovincial-alcohol-trade.html>

一方、販売額をみると過去5年間での成長率は11%となっており、特にオンタリオ州とブリティッシュコロンビア州では、それぞれ17%強の成長率である。アルバータ州はほぼ横ばいとなっており、サスカチュワン州は3%のマイナス成長となっているほかは、いずれの州も緩やかな増加となっている。

表 15 州別酒類販売額の推移

(販売額、百万カナダドル)	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
オンタリオ	7,926	8,236	8,452	8,791	9,280
ケベック	5,233	5,308	5,455	5,527	5,694
ブリティッシュコロンビア	3,156	3,329	3,496	3,573	3,703
アルバータ	2,634	2,545	2,578	2,595	2,621
マニトバ	753	770	796	792	806
ノバスコシア	608	612	626	629	655
サスカチュワン	641	637	635	638	625
ニューファンドランド・ラブラドール	452	457	468	457	460
ニュー・ブランズウィック	410	415	429	433	449
プリンスエドワードアイランド	73	75	78	80	83
ノースウエスト	49	53	54	53	52
ユーコン	36	38	39	40	42
ヌナヴト	6	5	9	15	15
カナダ合計	21,978	22,480	23,114	23,624	24,485

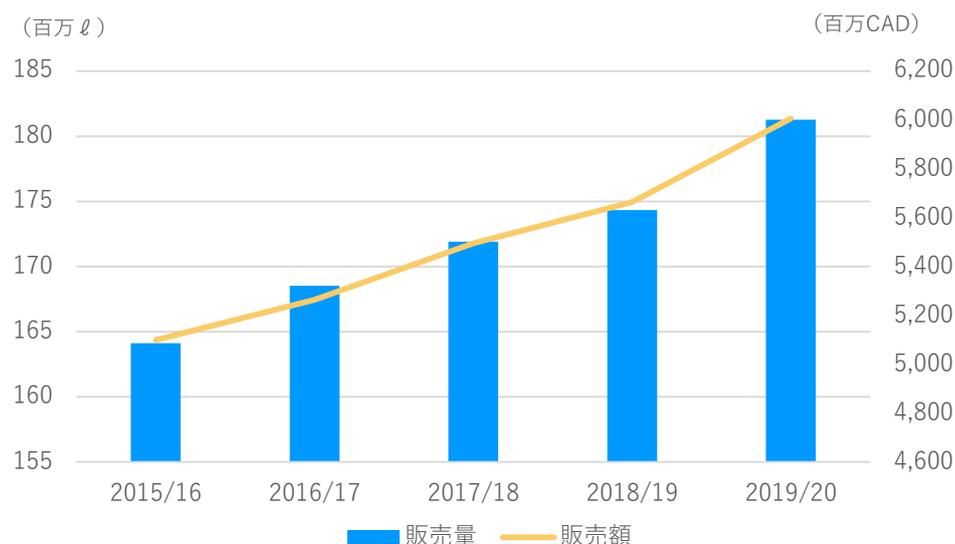
出所) Statistics Canada

以下では、酒類ごとの消費状況及びトレンドについて詳述する。

蒸留酒

2019-20年のカナダの酒類市場における蒸留酒のシェアは、数量にして5.8%、金額にして24.5%である。販売量は2019/20年には1.8億リットルを記録し、右肩上がりに推移している。販売金額においても上昇基調が続き、2019/20年には60億カナダドルを記録した。

図 10 蒸留酒販売量の推移



出所) Statistics Canada

カナダ産のウイスキーが有名であり、その消費量も多いが、蒸留酒全体でみると、輸入の割合が増えている。オンタリオ州の統計によれば、2020年の輸入蒸留酒の販売量割合は55%であり、5年前の47%

より8ポイント増えている¹⁴。ウオッカの消費量が増えている点の一つの原因だと考えられるが、それ以外にジンやリキュールなど、多様な蒸留酒の消費量が増えていることも背景にある。全国レベルでは販売額のみデータが公表されているが、これによれば輸入蒸留酒の割合は56%であり¹⁵、オンタリオ州の販売量データとほぼ同じである。

州別の販売量の内訳をみると、人口の最も多いオンタリオ州が最大の消費州であり、蒸留酒全体の約4割を消費している。西部のアルバータ及びブリティッシュコロンビアがこれに次ぐ。東部のケベック州を合わせると、上位4州はカナダの蒸留酒市場の85%を占める。

表 16 州別蒸留酒の消費量推移

(販売量、百万リットル)	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
オンタリオ	59.7	63.5	65.2	66.4	68.8
アルバータ	27.9	27.1	26.8	27.4	28.7
ブリティッシュコロンビア	25.8	26.5	27.0	27.4	28.4
ケベック	23.0	23.7	25.1	25.5	27.3
上位4州計	136.4	140.8	144.1	146.7	153.2
全カナダ%	83.1	83.5	83.8	84.1	84.5
カナダ合計	164.1	168.5	171.9	174.3	181.3

出所) Statistics Canada

蒸留酒の中のタイプ別の消費量に関する全国レベルのデータがない。他方で、ブリティッシュコロンビア州及びケベック州の酒類卸売公社が同州で販売される蒸留酒の内訳を示している。

西部に位置するブリティッシュコロンビアではウオッカが最も飲酒量が多く、ウイスキーがこれに次ぐ。また、同州にはアジア系の移民が比較的多く、アジア系蒸留酒（白酒等）の統計もとっており、最も多いのは韓国系の蒸留酒であり、2020/2021年には20万リットルが販売された。年度によって上下はあるものの、蒸留酒全体の人気やアジア系移民の増加に伴い、アジア系蒸留酒の売り上げも増えていると考えられる。

表 17 ブリティッシュコロンビア州のタイプ別蒸留酒の消費量推移

(販売量、百万リットル)	2018/19	2019/20	2020/21	(%)
ウオッカ	8.9	9.4	9.7	32.0
ウイスキー	7.2	7.5	7.6	25.2
リキュール	3.8	3.9	4.7	15.4
ラム	3.7	3.7	3.9	12.9
ジン	1.7	1.9	2.0	6.5
ブランデー	0.5	0.5	0.5	1.8
その他	1.7	1.7	1.9	6.1
うち、中国系蒸留酒	0.05	0.06	0.07	-
うち、韓国系蒸留酒	0.20	0.22	0.20	-
うち、その他のアジア系蒸留酒	0.01	0.01	0.01	-
合計	27.5	28.7	30.3	100.0

出所) BC Liquor Distribution Branch, Liquor Market Review

フランス語系のケベック州ではカナダの他の州と異なる消費パターンがみられる。前述の通り、ケベック州はワインを消費する割合が最も高く、蒸留酒の消費割合が低い。その中でも、これまで最も消費量が多かったウオッカが頭打ちとなり、リキュール及びジンの消費量が大きく増えている。2020年の新型コロナウイルス感染拡大の影響で、地元の酒造所を支援する動きが広がったことも、ウオッカ消費量の停滞とリキュール、ジンの消費量増加に貢献したようである。

¹⁴ <https://www.lcbo.com/content/dam/lcbo/corporate-pages/about/pdf/LCBO-ANNUAL-REPORT-2019-20.pdf>

¹⁵ Statistics Canada, Value of sales of alcoholic beverages of liquor authorities and other retail outlets, by beverage type.

表 18 ケベック州のタイプ別蒸留酒の消費量推移

(販売量、百万リットル)	2018/19	2019/20	2020/21	(%)
リキュール	5.4	5.9	6.3	22.3
ウォッカ	5.5	5.9	5.8	20.5
ラム	5.1	5.3	5.5	19.5
ジン	3.2	3.8	4.4	15.6
ウイスキー	3.7	3.8	3.6	12.9
ブランデー	1.5	1.5	1.6	5.6
その他	1.1	1.1	1.0	3.6
合計	25.5	27.3	28.2	100

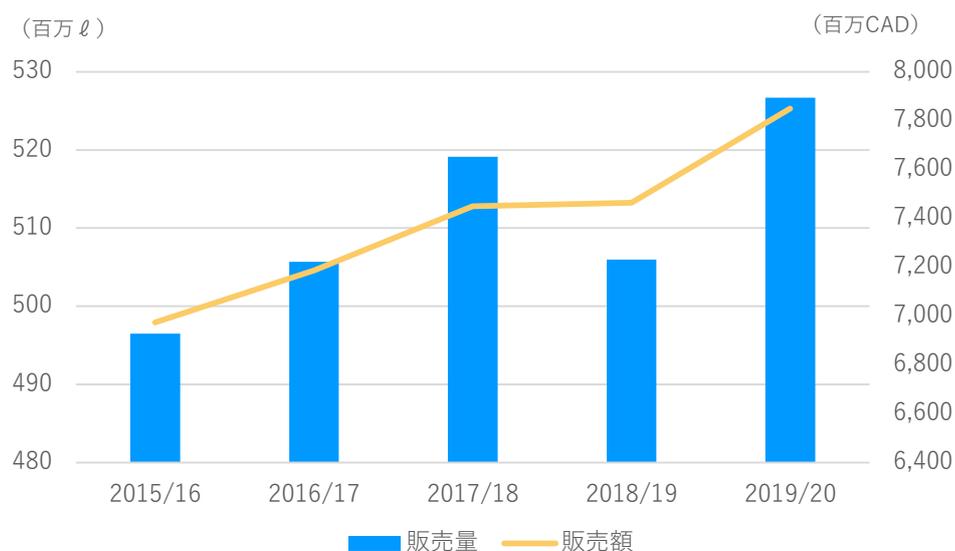
出所) SAQ Annual Report

ワイン（発酵酒）

2019-20年のカナダの酒類市場におけるワイン（発酵酒）のシェアは、数量にして16.9%、金額にして32.1%である。また、過去5年間における成長率は数量にして6.1%、金額にして12.6%となっている。ワインの市場規模は2019/2020年では5.3億リットル、78.5億カナダドルである。

2018/2019年には天候が悪く、国内の生産が低迷したことが、消費量の減少に影響を与えたが¹⁶、ワインの消費量は堅調に拡大傾向にあると言える。

図 11 ワイン（発酵酒）販売量の推移



出所) Statistics Canada

カナダでワインが製造されるが、消費量はそれを上回っており、輸入ワイン（発酵酒）の割合が高い。販売額でみると2019/2020年の輸入発酵酒の割合は72%であり、5年前の70%からわずかに増えている¹⁷。また、オンタリオ州の販売量のデータによれば、販売量ベースにおいても、輸入は68%を占め、5年前とほぼ同じ割合である¹⁸。

州別の販売量の内訳をみると、人口の最も多いオンタリオ州が最大の消費州であり、ワイン全体の約35%を占める。東部のケベック州は1.75億リットルを消費しており、ほぼオンタリオ州と同じシェアを有している。西部のブリティッシュコロンビア及びアルバータがそれぞれ3位と4位の消費州である。上位4州はカナダのワイン市場の92%を占める。

¹⁶ <http://www.grapegrowersofontario.com/sites/default/files/71st%20Annual%20Report%20Final.pdf>

¹⁷ Statistics Canada, Value of sales of alcoholic beverages of liquor authorities and other retail outlets, by beverage type.

¹⁸ <https://www.lcbo.com/content/dam/lcbo/corporate-pages/about/pdf/LCBO-ANNUAL-REPORT-2019-20.pdf>

表 19 州別ワイン（発酵酒）の消費量推移

（販売量、百万リットル）	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
オンタリオ	175	179	179	172	184
ケベック	163	164	173	170	175
ブリティッシュコロンビア	71	76	77	76	79
アルバータ	45	44	45	45	46
上位4州計	454	463	475	463	483
全カナダ%	91.4	91.5	91.5	91.4	91.6
カナダ合計	497	506	519	506	527

出所) Statistics Canada

蒸留酒と同様、ワイン（発酵酒）のタイプ別の消費量に関する全国レベルのデータがない。そのため、ブリティッシュコロンビア州の酒類卸売公社が同州で販売される発酵酒の内訳を示している。

日本酒については、カナダの消費統計データにおいて「その他」あるいは「アジア産」というグループにまとめられていることが多く、ECサイト上でのアルコールの種類分けにおいて混乱が多く見受けられる。そのため、日本産酒類の種類別データを得ることは困難であるが、ブリティッシュコロンビア州のデータでは日本酒はワインの「Sake」のカテゴリーに入っている。

これによれば、カナダでは日本酒以上に米国産の消費量が多い。清酒（Sake）のカテゴリー全体はワイン市場全体の0.6%と非常に小さいが、その中でも日本酒は少しずつ販売量を増やしている反面、米国産清酒の販売量が減少傾向にある。

表 20 ブリティッシュコロンビア州のタイプ別ワイン（発酵酒）の消費量推移

（販売量、百万リットル）	2018/19	2019/20	2020/21	(%)
スパークリング	3.3	3.1	3.2	4.0
ワイン	71.1	74.1	75.8	94.2
酒精強化ワイン	0.9	0.9	0.8	1.0
中国産発酵酒	0.0	0.0	0.0	0.0
清酒（Sake）	0.5	0.5	0.5	0.6
うち、日本産	0.18	0.18	0.19	-
うち、米国産	0.33	0.33	0.27	-
うち、その他	0.01	0.02	0.01	-
その他	0.1	0.1	0.1	-
合計	76.0	78.7	80.5	100.0

出所) BC Liquor Distribution Branch, Liquor Market Review

ブリティッシュコロンビア州にデータに限定されるが、日本産と米国産の日本酒の販売額及び販売チャネルの表は下記のとおりである。販売量の多い米国産清酒は金額では日本産の半分にも満たさないことから、米国産の清酒の販売金額が低いことがわかる。また、販売チャネルでは外食店が6割近くを占めるが、2020年の新型コロナウイルス感染拡大の影響で外食店の休業が相次いだため、その割合が大きく落ちている。その中でも日本産の清酒の販売量が増えていることから、家飲み需要が増えたと言える。

表 21 日本産清酒と米国産清酒の販売額や販売チャネルの比較（BC州）

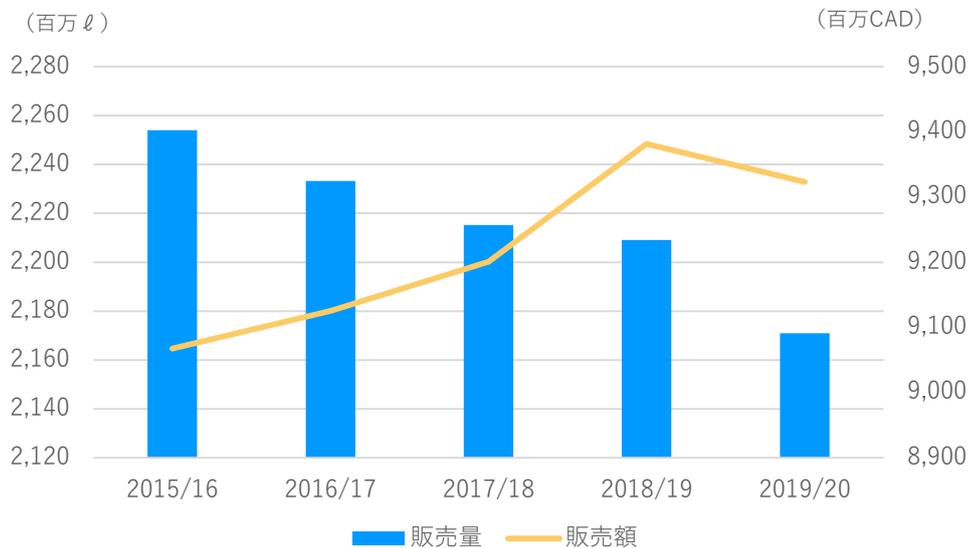
（販売額、百万カナダドル）	2018/19	2019/20	2020/21
日本産 販売総額	5.9	6.5	6.3
うち、外食	3.4	3.3	1.7
外食の割合 (%)	58.3	51.5	26.1
米国産 販売総額	2.9	2.9	2.6
うち、外食	1.8	1.7	0.7
外食の割合 (%)	61.5	58.0	25.6

出所) BC Liquor Distribution Branch, Liquor Market Review 及び Hospitality Liquor Market Review のデータをもとに作成

ビール

2019/20年のカナダの酒類市場におけるビールのシェアは、数量にして69.7%、金額にして38.1%である。販売量は2019/20年には21.7億リットルを記録し、減少傾向が続いている。他方で、販売金額は5年前に比べて3%上昇しており、2019/20年には93億カナダドルを記録した。一般的な「商業ビール」に比べて価格帯が高いクラフトビールの販売量が増えた結果である。

図 12 ビール販売量の推移



出所) Statistics Canada

カナダで製造されるビールは圧倒的なシェアを持っており、2019/20年では全体の83%と5年前と同様である¹⁹。他方で、オンタリオ州の販売量のデータによれば、販売量ベースにおいて、輸入は46%を占め、5年前と比べてシェアが約10%減っている²⁰。

州別の販売量の内訳をみると、人口の最も多いオンタリオ州が最大の消費州であり、ビール全体の37%を占める。東部のケベック州は5.6億リットルを消費しており、シェアは26%である。西部のブリティッシュコロンビア及びアルバータがそれぞれ3位と4位の消費州である。上位4州はカナダのビール市場の87%を占める。

表 22 州別ビールの消費量推移

(販売量、百万リットル)	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
オンタリオ	807	807	793	805	804
ケベック	569	565	563	564	558
ブリティッシュコロンビア	293	294	299	293	284
アルバータ	276	259	256	250	237
上位4州計	1,944	1,925	1,911	1,911	1,883
全カナダ%	86.3	86.2	86.3	86.5	86.7
カナダ合計	2,254	2,233	2,215	2,209	2,171

出所) Statistics Canada

蒸留酒と同様、ビールのタイプ別の消費量に関する全国レベルのデータがない。そのため、ブリティッシュコロンビア州の酒類卸売公社が同州で販売されるビールの内訳を示している。販売量全体が減少傾向をたどっており、全てのカテゴリーでも販売量がこの3年で減少している。ビール市場縮小の原因として挙げられるのは、気候（2018年は冷夏であった）の他に、若い世代が、ワインや蒸留酒等のより多様な酒

¹⁹ Statistics Canada, Value of sales of alcoholic beverages of liquor authorities and other retail outlets, by beverage type.

²⁰ <https://www.lcbo.com/content/dam/lcbo/corporate-pages/about/pdf/LCBO-ANNUAL-REPORT-2019-20.pdf>

類へとシフトしている点、そして健康志向の高まりがある²¹。他方で、クラフトビールの販売量が堅調に推移し、その減少幅が最も小さかった。

消費者はより多様な酒類や味への関心があり、高価格帯でも消費する意向がみられる²²。しかし、出費する金額に比べて購入する量が減るため、ビール市場全体が縮小に向かうという傾向が数年続いている。

このような消費パターンの変化に加勢して、2020年の新型コロナウイルス感染拡大がビール市場のさらなる縮小を招いている。カナダにおいて、ビールは外食店で消費されることが多く、外食店の休業が相次いだため、ビール樽の販売が減り、消費者は家飲み用にボトル詰めビールよりも缶詰を好む傾向があるため²³、ボトル詰めが多いクラフトビールの販売も振るわなかった。

他方で、クラフトビールの人気が依然として続いており、さらにノンアルコールビールの販売が好調であるため、今後のビール市場の回復がみられる可能性が指摘されている²⁴。

表 23 ブリティッシュコロンビア州のタイプ別ビールの消費量推移

(販売量、百万リットル)	2018/19	2019/20	2020/21	(%)
国産	252.1	245.5	240.5	88.6
うち、商業ビール	174.9	165.1	164.5	60.6
うち、地ビール	77.1	80.4	76.0	28.0
外国産	40.4	39.2	31.0	11.4
うち、アジア太平洋	1.3	1.3	0.9	0.3
うち、欧州	24.0	23.5	20.2	7.5
うち、メキシコ・カリブ	9.1	9.4	8.2	3.0
うち、米国	5.9	4.9	1.6	0.6
その他	0.1	0.1	0.1	0.0
合計	292.5	284.8	271.5	100.0

出所) BC Liquor Distribution Branch, Liquor Market Review

²¹ <http://www.pacrimdistributors.com/blog/2020/10/14/whats-happening-in-with-canadian-beer-sales-2021-market-update>

²² 同上。

²³ <https://industry.beercanada.com/statistics>

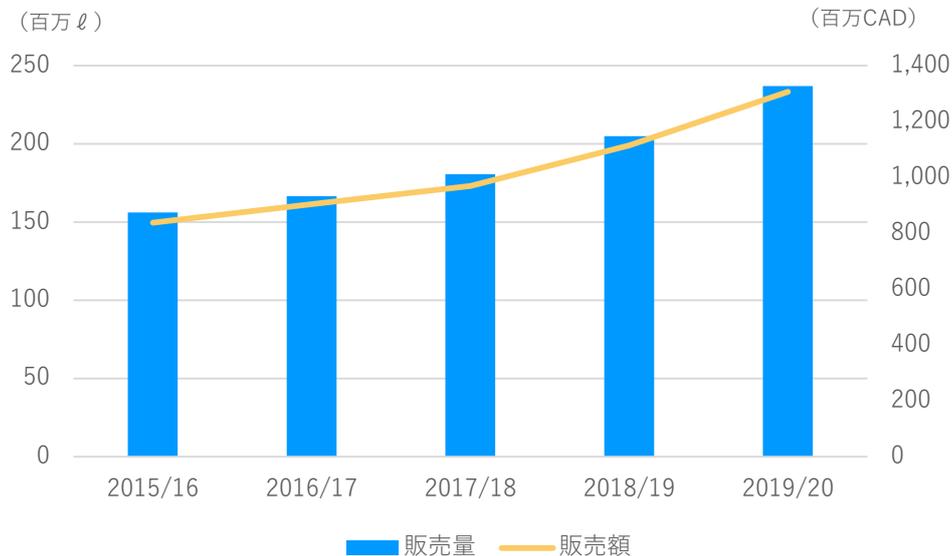
²⁴ <http://www.pacrimdistributors.com/blog/2020/10/14/whats-happening-in-with-canadian-beer-sales-2021-market-update>

その他のアルコール飲料

カナダ政府のデータでは、このカテゴリーは「Ciders, Coolers, and Other Refreshment Beverages」と表されており、ここにはシードル、カクテルや最近人気が出ている RTD²⁵等が含まれている。

その他のアルコール飲料の市場規模は大きく拡大しており、2019/2020年は2.4億リットル、13億カナダドルを記録した。5年前に比べて、販売量ベースでは52%、販売額ベースでは56%増加している。

図 13 その他のアルコール飲料販売量の推移



出所) Statistics Canada

この目覚ましい伸長のけん引役は RTD である。英国の Triton Market Research 社によれば、カナダにおける RTD 飲料及び高強度プレミックス市場は、2019-2025 年の間に金額年平均成長率 (CAGR) 4.19%、数量では同 3.51% で推移する予測である²⁶。

カナダでの販売低迷に伸び悩む蒸留酒・ワイン・ビールの製造業者は、RTD のカテゴリーに成長機会を求めていく可能性がうかがえる。この成長を後押しするのは、ユニークな製品や新しさ、興味深い体験に対する消費者の関心であることを考えると、RTD の売上はメーカーが展開するデジタルマーケティングやソーシャルマーケティング戦略からも大いに恩恵を受ける可能性がある。例えば、Diageo Canada 社は、Jeremiah ブランドの RTD を発売する際に、Spotify のスポット、YouTube のバンパー、デジタルバナーなどを利用してターゲット層に訴求している。こういった広告展開は国及び州の規制のあり方にも影響を与えることになるであろう。

カナダのアルコール RTD 市場での主要企業は、Bacardi 社、Constellation Brands 社、Diageo 社、E&J Gallo Winery 社、Mark Anthony Brands 社などである。これら企業は、既存の生産ライン改良投資にも力を入れ、例えば Diageo 社は約 533 万カナダドルを投じて、カナダ・ケベック州の生産施設に新しい缶詰ラインを設置している。

²⁵ ready to drink、缶詰やボトル詰めのカクテル飲料。

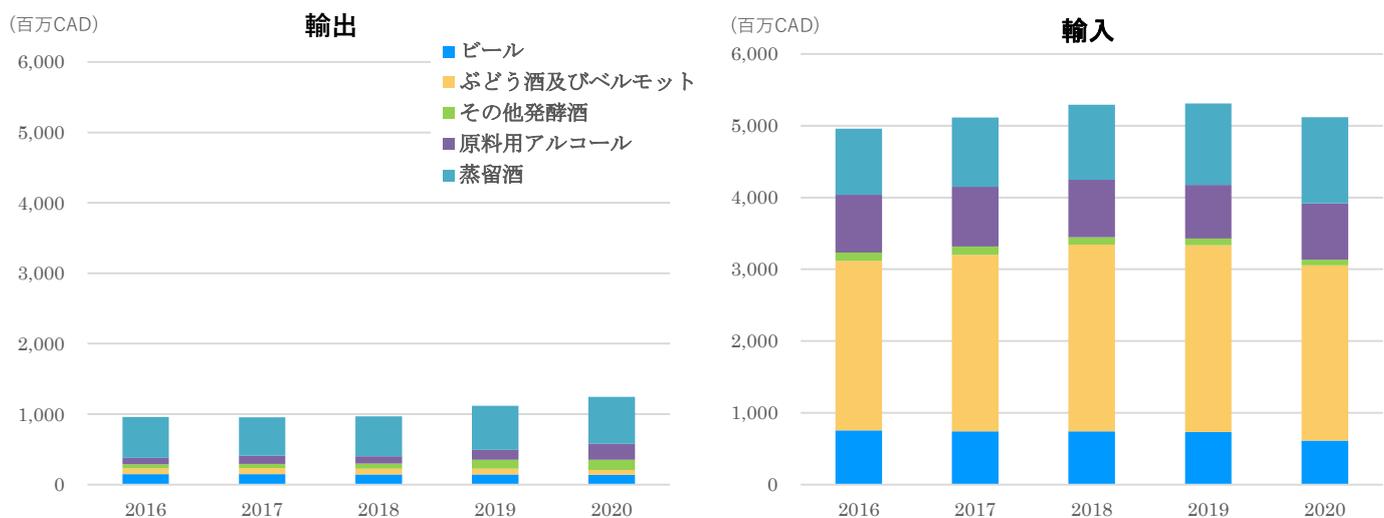
²⁶ <https://www.tritonmarketresearch.com/reports/canada-alcoholic-ready-to-drinks-market#report-overview>

3.1.5 酒類別輸出入

カナダは酒類に関しては輸入超過国である。2020年の輸出金額は12億ドルであったのに対して、輸入金額は51億ドルと、輸出額の4倍近い。蒸留酒の輸出が多い一方、ぶどう酒や蒸留酒の輸入が輸入の大半を占める。

なお、近年では、米国との輸入関税の追加課税で酒類の輸出入に影響がみられた。2018年10月に当時のトランプ大統領がカナダ、メキシコ、EU等からの輸入鉄鋼とアルミニウムに対して追加関税を課した²⁷。これに対する報復措置として、2018年にカナダは米国産蒸留酒の輸入関税を10%引き上げた。しかし、2019年5月に米国政府がカナダ産の鉄鋼とアルミニウムに課していた追加関税を撤回したため、カナダは蒸留酒に課していた追加関税を撤回した²⁸。こうした経緯があり、米国産蒸留酒への輸入関税が一時的に引き上げられたが、輸入全体の動向に大きな影響がみられなかった。

図 14 カナダの酒類の輸出入の推移



(輸出、百万カナダドル)	2016	2017	2018	2019	2020
ビール	149	150	145	145	138
ぶどう酒及びベルモット	80	83	78	80	71
その他発酵酒	59	62	76	129	143
原料用アルコール	90	115	105	137	228
蒸留酒	582	544	563	625	664
合計	960	954	967	1,115	1,244

(輸入、百万カナダドル)	2016	2017	2018	2019	2020
ビール	756	742	743	734	614
ぶどう酒及びベルモット	2,363	2,461	2,600	2,599	2,443
その他発酵酒	112	116	105	96	77
原料用アルコール	807	832	797	747	786
蒸留酒	921	964	1,046	1,133	1,201
合計	4,959	5,115	5,291	5,309	5,122

出所) Canadian International Merchandise Trade Database. HS コードは下記の通り：

ビール：2203.00

ワイン（モスト含む）：2204.10, 2204.21, 2204.22, 2204.29, 2204.30, 2205.10, 2205.90

その他の発酵酒：2206.00

原料用アルコール：2207.10, 2207.20

蒸留酒：2208.20, 2208.30, 2208.40, 2208.50, 2208.60, 2208.70, 2208.90

²⁷ <https://jp.reuters.com/article/usa-trade-steel-idJPKBN2A501U>

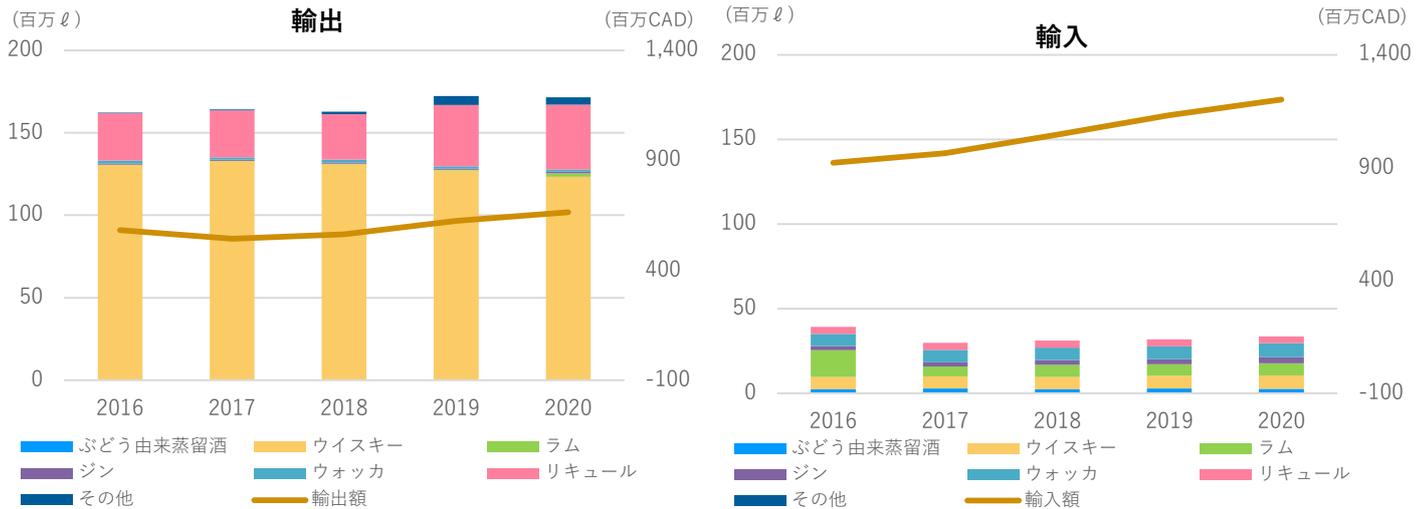
²⁸ <https://apnews.com/article/3c6dd581a2d9411ab6338ed84626a7f7>

以下では酒類ごとの輸出入の推移を分析している。なお、原料用アルコールは直接飲用する商品ではないため、その分析を割愛する。

蒸留酒

蒸留酒はカナダの最大の輸出酒類である。特にウイスキーの輸出が多く、リキュールの輸出も近年増えている。他方、輸入量は少ないものの、輸入金額は輸出金額の2倍近くあり、輸入される蒸留酒は高価格帯のものであることがわかる。特に近年ではプレミアムな蒸留酒は人気があり、輸入金額が増えている。

図 15 蒸留酒の輸出入の推移



出所) Canadian International Merchandise Trade Database

国別でみると、米国は最大の輸出先であり、ほぼ全量を占める。日本も近年では輸入量を増やしており、第2の輸出先となっている。輸入の主な相手国としては米国、英国及びフランスがある。日本からの輸入はまだ少ないものの、増加傾向にある。

表 24 蒸留酒の主要な貿易相手国の推移（百万ブルーフリットル）

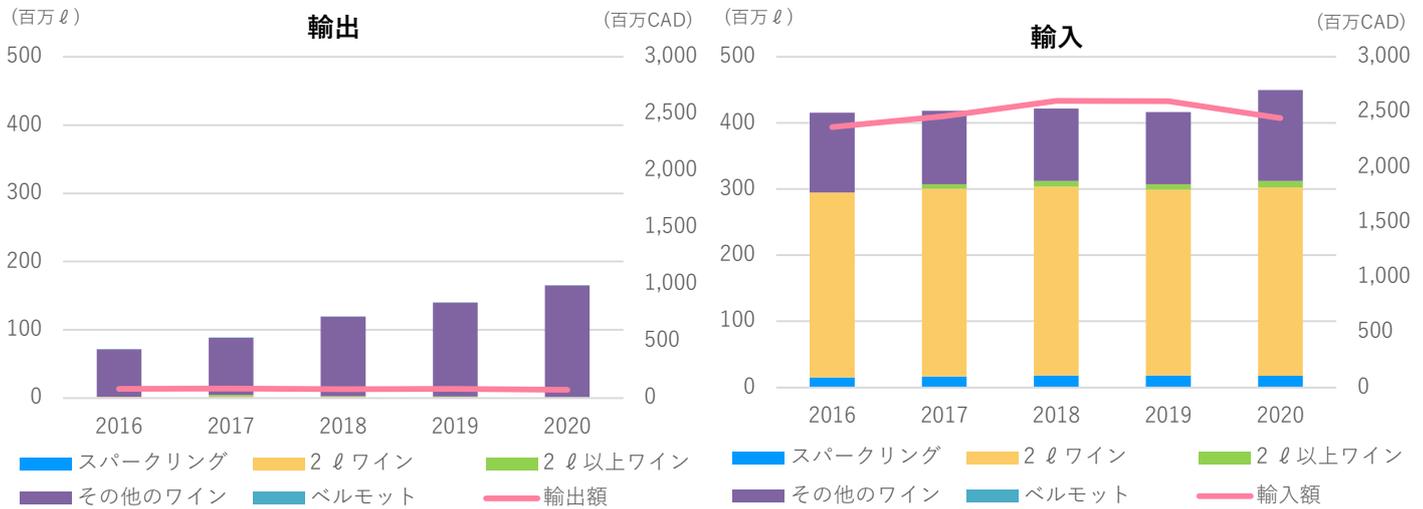
輸出						輸入					
	2016	2017	2018	2019	2020		2016	2017	2018	2019	2020
米国	153.5	155.4	153.5	162.1	157.7	米国	16.6	7.8	8.9	9.3	10.9
日本	0.6	0.6	2.0	3.9	7.6	英国	6.1	6.3	6.5	6.8	7.1
オーストラリア	2.1	2.1	1.8	2.0	2.3	フランス	3.4	3.5	3.3	3.4	3.4
フランス	2.0	2.8	2.0	1.1	1.4	スウェーデン	2.0	2.0	2.0	2.1	2.3
フィンランド	0.5	0.8	0.7	0.8	0.6	アイルランド	1.8	1.9	2.1	2.2	2.3
オランダ	0.1	0.2	0.1	0.3	0.3	イタリア	1.0	1.1	1.1	1.1	1.2
ドイツ	0.7	0.5	0.5	0.3	0.2	ラトビア	0.6	0.7	0.7	0.7	1.0
英国	0.0	0.1	0.1	0.2	0.1	メキシコ	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2
メキシコ	0.3	0.1	0.2	0.2	0.1	ニュージーランド	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
その他	2.4	1.7	1.9	1.3	1.2	日本	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1
合計	162.3	164.2	162.9	172.2	171.5	その他	7.4	6.2	6.2	5.9	5.1

出所) Canadian International Merchandise Trade Database

ぶどう酒及びベルモット

カナダ産ワインは主に国内で消費される。輸出量は比較的少ないものの、近年では増加傾向にある。他方で、カナダはワインの大きな消費国であり、輸入量が増えている。2020年のコロナ禍の中においても、家で飲む需要が増え、過去5年で最大の輸入量を記録した。

図 16 ぶどう酒及びベルモットの輸出入の推移



出所) Canadian International Merchandise Trade Database

国別でみてみると、ワインの主な輸出先は隣国の米国である。米国はワインの生産国であるとともに、世界最大のワイン消費国であり、常に輸入超過である。米国以外では中国、日本、香港とアジアの国への輸出も多い。輸入を見てみると、欧州からの輸入が目立つ。隣国の米国やオーストラリア、アルゼンチンなどのニューワールドからの輸入が多い。日本からも輸入があるものの、全体的に少ない状況である。

表 25 ぶどう酒及びベルモットの主要な貿易相手国の推移（百万リットル）

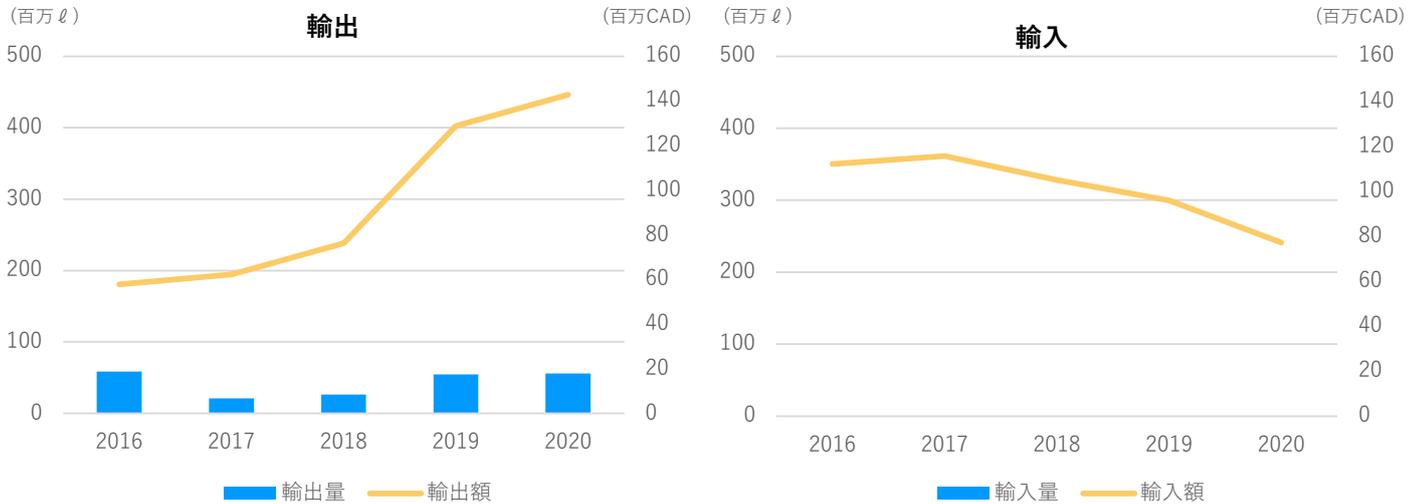
輸出						輸入					
	2016	2017	2018	2019	2020		2016	2017	2018	2019	2020
米国	69.6	86.4	117.5	138.2	164.4	イタリア	73.4	80.1	77.3	78.6	78.0
中国	1.3	1.7	1.4	1.2	0.6	フランス	56.4	60.6	61.6	63.2	66.6
日本	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1	米国	69.5	65.7	62.9	59.9	83.8
香港	0.1	0.0	0.1	0.2	0.1	オーストラリア	61.7	60.7	72.5	59.4	56.1
オランダ	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	アルゼンチン	21.0	17.2	20.6	32.9	42.9
英国	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	チリ	51.5	37.7	33.2	38.0	44.3
台湾	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	スペイン	27.8	36.0	36.2	36.5	28.7
韓国	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	ニュージーランド	12.0	12.6	13.3	13.3	13.7
ドイツ	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	ポルトガル	10.4	11.0	12.4	12.7	13.4
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	日本	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	71.2	88.4	119.3	139.8	165.3	その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
						合計	384	382	390	395	427

出所) Canadian International Merchandise Trade Database

その他の発酵酒

その他の発酵酒の輸入に関するカナダ政府の統計には量が記載されていない。輸出が少ない反面で金額が増えているが、輸入は金額が減少傾向にある。

図 17 その他の発酵酒の輸出入の推移



出所) Canadian International Merchandise Trade Database

米国がほぼ唯一の輸出先である。他方で、輸入は米国の他に英国、デンマークや日本が挙げられる。輸入量のデータがないため、照合が難しいが、このカテゴリーに日本産及び米国产の清酒が含まれると考えられる。

表 26 その他の発酵酒の主要な貿易相手国の推移（輸出は百万リットル、輸入は百万カナダドル）

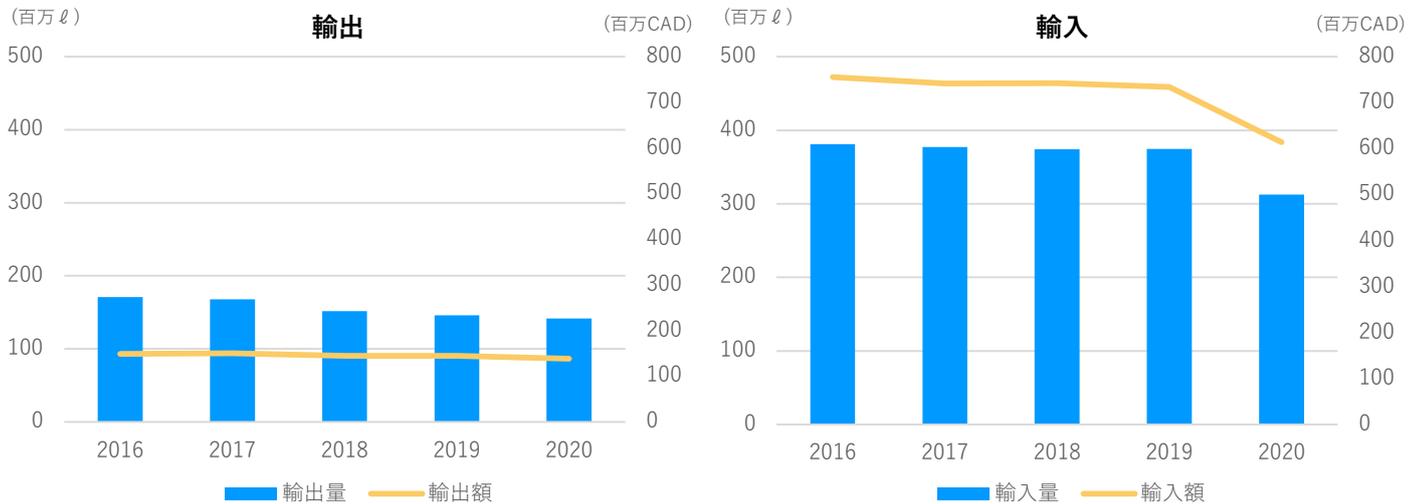
	輸出					輸入 (百万カナダドル)				
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
米国	56.0	54.5	26.2	20.9	21.5	27.4	25.8	28.8	42.9	47.7
中国	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	17.6	22.0	24.5	24.6	23.5
フランス	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8	16.0	19.0	21.3	19.9
香港	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.2	8.9	8.1	6.8	6.1
日本	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	2.6	3.4	3.0	4.2
英国	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	1.9	2.0	2.3	2.8
台湾	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	2.1	1.6	1.3	1.5
オーストラリア	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	2.4	3.1	2.7	1.3
ベルギー	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.8	8.0	8.1	5.2	1.2
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.1	6.2	6.4	5.5	3.9
合計	56.2	54.5	26.3	21.0	21.5	77.2	95.9	105.0	115.7	112.1

出所) Canadian International Merchandise Trade Database

ビール

ビールの輸出はほぼ横ばいに推移している。カナダに拠点を持つ大手ビール会社が米国向けに出荷している分が含まれていると思われる。他方、輸入は2020年に大きく減少した。具体的な理由に関する情報に接しなかったが、メキシコ及びベルギーからの輸入が大きく減っている。輸入量の減少に伴い、輸入金額もまた減少している。

図 18 ビールの輸出入の推移



出所) Canadian International Merchandise Trade Database

米国が唯一の輸出先である。北米全体のサプライチェーンの中で、カナダを拠点に米国向けのビール生産が行われている。他方で、輸入については欧州産が多く、それ以外にメキシコからの輸入が多い。日本産ビールの輸入も行われており、2020年には100万リットルを超えた。

表 27 ビールの主要な貿易相手国の推移 (百万リットル)

輸出						輸入					
	2016	2017	2018	2019	2020		2016	2017	2018	2019	2020
米国	171.0	167.6	151.8	146.1	141.5	オランダ	66.8	63.8	71.8	71.4	73.5
合計	171.0	167.6	151.8	146.1	141.5	メキシコ	70.9	58.7	69.4	82.9	65.9
						ベルギー	47.2	52.2	56.5	50.5	32.9
						ドイツ	21.0	20.5	20.2	21.3	25.8
						デンマーク	9.6	9.1	9.2	9.9	18.3
						アイルランド	11.8	14.6	18.2	18.2	14.3
						フランス	10.6	10.9	10.5	10.1	10.9
						英国	17.2	12.6	11.0	9.6	8.6
						イタリア	3.3	4.0	4.5	4.6	5.0
						日本	0.8	0.9	1.0	1.7	1.1
						その他	25.1	25.9	28.8	27.7	25.3
						合計	381.2	377.4	374.4	374.8	312.6

出所) Canadian International Merchandise Trade Database

3.2 事業者数

酒類を取り扱う小売及び飲食店数

カナダでの酒類小売形態は主に以下の3つとなっている。²⁹

- **Liquor stores**（リカーストア、州営販売店）：州・準州の酒類販売当局が完全に所有、運営、供給
- **Agency liquor stores**（エージェンシー、代理店酒店）：個人経営小売店で、「オフプレミス（店外）」消費向けに州・準州の酒類管理局から供給を受けて販売
- **その他小売店**：一般消費者向けに「オフプレミス（店外消費向け小売）」でアルコール飲料を販売する小売店

小売店の数はこの5年間で増加傾向にある。カナダ全体では2019/20年度において1万8,177店舗あり、そのうち3,726店舗が「リカーストア及びエージェンシー」、14,451店舗が「その他小売店」である。この5年間、「その他小売店」の店舗数はリカーストア及びエージェンシーの約4倍前後で保たれている。2016/17年度にはカナダ全体の小売店の数が709店舗と極端に増加しているが、これには「リカーストア及びエージェンシー」が506店舗増加したことが影響している。

人口の多い4州をみると、州によって状況にかなりの違いがみられることがわかる。

人口第1位のオンタリオ州では、他州と比較しても圧倒的に「リカーストア及びエージェンシー」の数が多く、同州では「その他小売店」の店舗数がわずかに約2倍である。ちなみに同州の2004/5年のデータでは「リカーストア及びエージェンシー」が791店舗、「その他小売店」が833店舗となっていた。また、州の2019-20年度（4-3月）報告書では「リカーストア」にあたるLCBO店舗の数は669店舗とあり、同州では「エージェンシー」店舗は「LCBO Convenience Outlet (LCO) Program stores」の名称に変更となっているが、このLCOプログラムストアの数が2019/20年度のみで160店舗増加し、前年の209店舗と合わせて369店舗、57%の急激な増加となっている。³⁰

表 28 オンタリオ州での小売店舗内訳 2019/20年度

Number of outlets	FY2019	FY2020	Change
LCBO	666	669	+3
LCBO Convenience Outlets (LCOs)	209	369	+160
Grocer*	363	439	+76
Ontario Winery Retail	454	489	+35
The Beer Store	450	433	-17
On-site Brewery Retail	291	320	+29
On-site Distillery Retail	41	51	+10
Land Border Point Duty free	10	10	0
Airport Duty free	5	6	+1
Total	2,489	2,786	+297

*Grocer included 69 wine boutiques in FY2020 (68 in FY2019) which are Ontario Winery Retail locations situated within a grocery store, also selling beer and cider.

出所) LCBO <https://www.lcbo.com/content/dam/lcbo/corporate-pages/about/pdf/LCBO-ANNUAL-REPORT-2019-20.pdf>

続く第2位のケベック州では2018年時点で、SAQ409店舗、酒類販売許可証をもつ食料品店及びコンビニエンスストアが7,384店舗であった³¹。ここから計算すると「エージェンシー」の数は425-427店舗であったことがわかる。

²⁹ <https://doi.org/10.25318/1010001301-eng>

³⁰ <https://www.lcbo.com/content/dam/lcbo/corporate-pages/about/pdf/LCBO-ANNUAL-REPORT-2019-20.pdf> Statistics Canada
の小売店数発表とは数字が異なっている点に注意

³¹ <https://alcohollaws.ca/quebec/>

表 29 各州小売店舗数と官民内訳

州・準州	2015/2016		2016/2017		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
	合計小売店舗数		合計小売店舗数		合計小売店舗数		合計小売店舗数		合計小売店舗数	
	リカーストア及びエージェンシー	その他小売店								
ニューファンドランド・ラブラドール	932		922		915		898		853	
	169	763	172	750	175	740	175	723	171	682
プリンスエドワードアイランド	45		46		48		46		49	
	27	18	27	19	26	22	26	20	26	23
ノバスコシア	226		235		280		296		331	
	162	64	164	71	174	106	170	126	171	160
ニュー・ブランズウィック	168		189		240		277		277	
	127	41	130	59	128	112	128	149	128	149
ケベック	8,399		8,336		8,290		8,221		8,104	
	841	7,558	838	7,498	836	7,454	834	7,387	833	7,271
オンタリオ	2,591		2,702		2,845		2,981		3,252	
	866	1,725	872	1,830	888	1,957	890	2,091	1,054	2,198
マニトバ	498		498		503		480		476	
	235	263	235	263	233	270	236	244	232	244
サスカチュワン	267		754		692		676		660	
	267	0	754	0	692	0	676	0	660	0
アルバータ	2,086		2,160		2,221		2,258		2,304	
	0	2,086	0	2,160	0	2,221	0	2,258	0	2,304
ブリティッシュコロンビア	1,602		1,681		1,735		1,791		1,850	
	427	1,175	435	1,246	436	1,299	434	1,357	435	1,415
ユーコン	6		6		6		6		11	
	6	0	6	0	6	0	6	0	6	5
ノースウエスト	7		7		7		7		7	
	7	0	7	0	7	0	7	0	7	0
ヌナヴト	2		2		3		3		3	
	2	0	2	0	3	0	3	0	3	0
カナダ全体	16,829		17,538		17,785		17,940		18,177	
	3,136	13,693	3,642	13,896	3,604	14,181	3,585	14,355	3,726	14,451

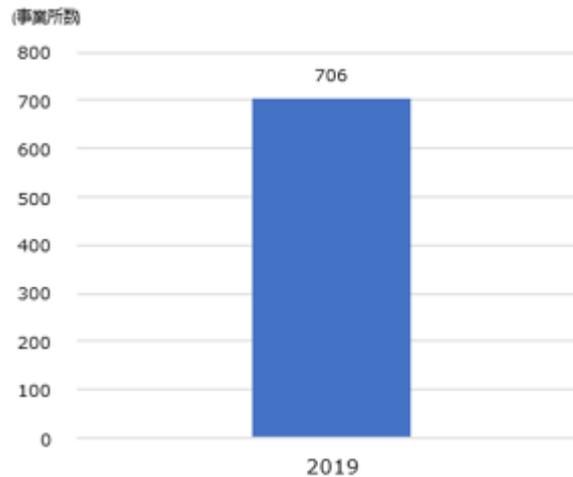
出所) Statistics Canada. Table 10-10-0013-01 のデータをもとに作成

また、JETRO によれば、近年のアジア系（中国、香港、韓国等）移民増加に伴い、アジア系食材市場の拡大がおこり、主要大手スーパーマーケットによるアジア系スーパーマーケットの買収、アジア系商品 PB 開発、日系・アジア系の流通網拡大があるとのことから、米国などで生産された日本銘柄酒類や日本産酒類も関心の対象となっている³²。

³² https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Marketing/2020/marketing_basicinfo_Canada_2007.pdf

カナダ政府の統計によれば、酒類の卸業者数は2019年時点で706件あった。

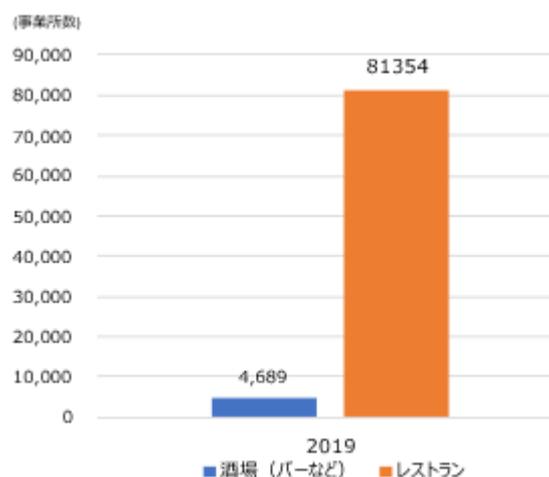
図 19 酒類卸業者の事業所数



出所) Government of Canada, Canadian Industry Statistics, number and size of business for 2019, Alcoholic Beverage Merchant Wholesalers

また、同じ統計によれば、カナダ全体における酒場（バー）の数は4,689件であり、レストラン（フルサービスを含む）の数は81,354件であった。

図 20 酒場及び飲食店の事業所数



出所) Government of Canada, Canadian Industry Statistics, number and size of business for 2019, Drinking places, full service restaurants and limited service eating places

3.2.1 日本食を提供している飲食店数

日本食レストランの人気が高く、特にバンクーバーでは中華レストランを凌ぐ店舗数がある。日本食ブームは西部から東部に伝播し、トロントでは居酒屋&ラーメンブームを経て、高級モダンジャパニーズレストランが相次いでオープンしており、焼きそば、カレー、串焼きなどのB級グルメの浸透と超高級店の出現で二極化がみられる³³。

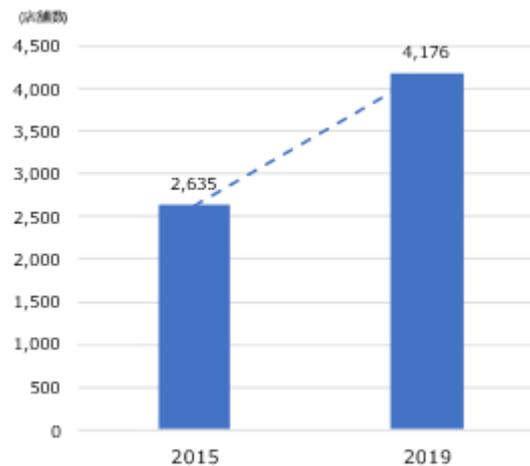
アジア系移民の割合が高いバンクーバーを中心とした地域では、以前から多くの日本食レストランがあったが、和食の世界遺産登録を追い風に、2014年頃からトロントを中心に和食ブームが興り、日本食レストラン、ラーメン店、居酒屋が多数開店した。この和食ブームに伴い、日本酒の知名度もあがり、アジア

³³ https://www.jetro.go.jp/ext_images/Marketing/2020/marketing_basicinfo_Canada_2007.pdf

系フュージョンレストランや洋食業界関係者にも日本酒に対する関心が高まっている。他方で、オンタリオ及びケベック州の東部 2 州およびブリティッシュコロンビア及びアルバータ州の西部 2 州以外の地域では日本酒の普及はまだほとんど進んでいない³⁴。

2019 年現在、カナダで日本食を提供している飲食店数は 4,176 軒を数え、4 年間で 58%増加している。

図 21 日本食を提供している飲食店数



出所) 一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会「日本産コメ・コメ加工品輸出ハンドブック」

3.2.2 飲食店及び小売店における酒類別の取り扱い

オンタリオ州の政府機関直営リカーストアの一部では、既存の店舗をリニューアルし、東アジア（日本、中国、韓国）のアルコール飲料の品ぞろえを強化した店舗が誕生している。そのうち、東アジアコーナーに占める日本酒の割合は 7 割程度と推測される³⁵。2016 年に 1 号店が誕生し、前年比売上が 330%に達している。2017 年には同様の店舗が新たに開店した。従来オンタリオ州ではアルコール飲料の販売は原則州政府機関の直営店舗のみと厳しく制限されているが、オンライン販売やビールやワイン小売りの一部民間への開放など、少しずつ規制緩和が行われており、上記のような専門店の出店が増えるとみられる。

3.2.3 飲食店及び小売店における酒類別の平均価格帯

酒類の販売価格は酒の種類や容量、熟成度合いなどによって大きく異なる。また、カナダでは各州の酒類流通公社があり、州税も異なり、価格帯にばらつきがある。比較するために、市場規模が最も大きいオンタリオ州の州営公社オンラインショップ³⁶と日本産酒類の販売量が比較的多いブリティッシュコロンビア州（BC 州）の州営公社オンラインショップ³⁷で主要なブランドの販売価格をリストアップした。

カナダにおけるブランド別販売量のデータがないため、最も売れているブランドの情報がない。そのため、参考までに米国で人気の高いブランドを中心にカナダのオンラインショップで検索した。

蒸留酒

世界的に有名なブランドを中心に価格を調べた結果は下記の表に記している。価格の比較を行うため、容量を 750ml の商品を調べているが、蒸留酒の場合、容量の幅が大きい。ウオッカの有名なブランドである Smirnoff の小売価格は 24.99 カナダドル（ブリティッシュコロンビア）から 28.20 カナダドル（オンタリオ）と幅がある。米国産のバーボンの価格同様に 20 カナダドル半ばである。他方で、日本産ウイスキーの価格はこれより 2 倍以上に高い。

³⁴ https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2018/51dd11efaa033ed0/ca_reports.pdf

³⁵ https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2018/51dd11efaa033ed0/ca_reports.pdf

³⁶ <https://www.lcbo.com/webapp/wcs/stores/servlet/en/lcbo>

³⁷ <https://www.bcliquorstores.com/>

表 30 主要な蒸留酒の小売価格

ブランド名	カテゴリー	容量	オンタリオ州	ブリティッシュコロンビア州
			小売価格(CAD)	小売価格 (USD)
Smirnoff	ウォッカ	750ml	28.20	24.99
Bacardi (Superior White, Gold)	ラム	750ml	29.25	21.99
Jim Beam Family	バーボン (米国)	750ml	29.95	25.99

サントリーウイスキー季	日本産ウイスキー	750ml	59.95	56.99
ニッカ 竹鶴 ピュアマルト/デイズ	日本産ウイスキー	700ml	80.25	61.99
響	日本産ウイスキー	750ml	129.95	129.99

出所) LCBO 及び BC LiquorStores

なお、蒸留酒の価格構造について、ケベック州の酒類流通公社(SAQ)の報告書では下記の通り分解している。

表 31 蒸留酒の小売価格の構造

国産蒸留酒、750ml 瓶の場合

項目	カナダドル	価格に占める%
原価 (メーカー価格及び輸送費)	4.57	17.6%
マークアップ	13.21	50.8%
カナダ政府に支払う税金	3.78	14.6%
州政府に支払う税金	2.26	8.7%
連邦政府財・サービス税	1.13	4.3%
ケベック州に支払う特別税	1.05	4.0%
小売価格	26.0	100.0%

出所) SAQ Annual Report 2021

発酵酒 (日本酒含む)

日本酒の分類はオンタリオ州と BC 州のオンラインショップで異なる。オンタリオ州では「ワイン」のカテゴリーの中には日本酒が数本あり、梅酒なども記載されている。日本酒のページは「ビール&シードル」カテゴリーの中の「スペシャリティ」セクションに入っている。他方の BC 州のオンラインショップは「ワイン」カテゴリーの中に入っている。

世界的に販売量が多い Yellow Tail の販売価格は両州では 12 カナダドル強である。参考までにカナダのアイスワインの価格も掲載しているが、他のスティールワインより高価格帯である。

日本酒を見てみると、四合瓶 (720ml) の場合、価格は主要なワインの価格を上回るが、米国産の清酒は 750ml でワインより安い価格で販売されている。

表 32 主要な発酵酒の小売価格

ブランド名	カテゴリー	容量	オンタリオ州	ブリティッシュコロンビア州
			小売価格(CAD)	小売価格 (USD)
Yellow tail (Carbenet Sauvignon, Merlot etc)	テーブルワイン (豪州)	750ml	12.05	12.49
Rufinno (Prosecco)	テーブルワイン (イタリア)	750ml	18.80	18.99
Concha y Toro (Carmere etc)	テーブルワイン (チリ)	750ml	18.95	14.99
Inniskillin Vidal Icewine	国産アイスワイン	375ml	49.95	51.28

獺祭 純米大吟醸	日本酒	720ml	88.65	76.99
白鶴 純米酒	日本酒	720ml	10.35	9.99
月桂冠 純粋清酒	日本酒 (米国産)	750ml	9.95	10.29

出所) LCBO 及び BC LiquorStores

なお、ワインの価格構造について、ケベック州の酒類流通公社(SAQ)の報告書では下記の通り分解している。

表 33 蒸留酒の小売価格の構造

輸入ワイン、750ml 瓶の場合

項目	カナダドル	価格に占める%
原価（メーカー価格及び輸送費）	5.33	35.5%
マークアップ	6.17	41.2%
カナダ政府に支払う税金	0.5	3.3%
州政府に支払う税金	1.3	8.7%
連邦政府財・サービス税	0.65	4.3%
ケベック州に支払う特別税	1.05	7.0%
小売価格	15.0	100.0%

出所) SAQ Annual Report 2021

ビール類

ビール類においても輸入ビールは国産ビールよりやや高い。輸入ビールで国際的なブランドである Corona や Heineken のビールはいずれも缶（前者は 473ml、後者は 500ml）でオンタリオでは 3.20 ドルと横並びである。国産ビールはそれよりやや安く 355ml 缶で 2.29 ドルである。

近年人気が高まっている RTD の価格は 2.95 カナダドルと、ビールよりやや低めに抑えられている。日本ブランドではアサヒビールのスーパードライが両州で売られており、販売価格を 2.95 ドルに設定されている。

表 34 主要なビールの小売価格

ブランド名	カテゴリー	容量	オンタリオ州	ブリティッシュコロンビア州
			小売価格(CAD)	小売価格 (USD)
Corona Extra	輸入	473ml (缶)	3.20	3.49
Heineken	輸入	500ml (缶)	3.20	3.29
Molson	国産	355ml (缶)	2.29	1.68
Labott Blue	国産	24 x 355ml (缶)	39.95	36.99
Nutrl Vodka Soda Lemon	国産 (RTD)	473ml (缶)	2.95	-
Nutrl Vodka Soda Lemon	国産 (RTD)	6 x 355ml (缶)	-	13.29
-----	-----	-----	-----	-----
アサヒ スーパードライ	輸入	500ml/2L	2.95	14.79

出所) LCBO 及び BC LiquorStores

3.3 酒類別 EC 市場規模

カナダのアルコール EC 市場における酒類別のデータはない。アルコール販売 EC 自体がまだカナダにおいてはかなり小規模であり、酒類別でデータが得られるのは小売データまでとなる。

カナダではアルコールのオンライン販売状況は州によって異なり、居住している州によって利用可能な EC チャンネルの選択肢が決定される。酒類販売を州運営の酒類卸公社である LCB が独占、あるいはほぼ独占している州が多いことから、オンライン販売サイトが LCB だけの州があり、規制の異なる他州に販売できないなど、州間の取引に大きな障壁がある。例えば、ワイナリーや醸造所、スピリッツメーカーにとって、米国人にアルコールを売ることは、自分の州以外の消費者に売ることよりも簡単である³⁸。

Rabobank の飲料業界アナリストによれば、パンデミック発生以前のカナダにおけるアルコールのオンライン販売は 2% 程度であり、かなりの割合の消費者はアルコールをオンラインで購入できることさえ知らなかったが、2020 年 8 月時点において、その割合は総売上の 8% を占めるまでに普及した³⁹。

カナダの新聞 Welland Tribune（本社：オンタリオ）によれば、2020 年のアルコール市場推計として、世界のオンラインアルコール市場は 350 億ドルに達し、カナダでは 2019 年から 75% 増加の 3.5 億カナダドルから 4 億カナダドル相当の酒類がオンラインで販売された⁴⁰。

小売が完全民営化されているアルバータ州の AGLC（州営酒類流通公社）では、免許をもった酒販店に限り、インターネット上で広告販売することは認められ、顧客がオンラインで注文することが可能であるが、その小売店またはクラス D の免許保有者（例えば配送サービス）によって配送されなければならない、未成年者又は中毒者に販売・配送しないことに責任をもたなければならない、酒販店は実店舗を保有していなければならない、「仮想」又は「E コマース」のみの酒販店は認められていない等の条件がある⁴¹。

オンタリオ州の LCBO（州営酒類卸公社）は、オンライン販売においての課題は、「届けた商品を大人が受け取るかどうか」とし、宅配を行うカナダポストのスタッフは、それに関してのカスタマーセールス同様のトレーニングを受けている。ちなみに、他の配達オプションには「希望店舗での受け取り」があり、「受け取りまでに 1 週間ほどかかるが料金無料」あるいは「翌日受け取ることができるが有料」が選択できるが、売上の 50% 以上が「有料」サービスを選んでいくという⁴²。2019/20 年度の LCBO のオンライン販売売上は前年度から 20% 増加し、2,340 万カナダドルであった⁴³。これはオンタリオ州の販売総額で計算すると、オンライン売上は総売上の 2.5% に相当する。

ケベック州の州営酒類卸公社である SAQ では 2020 年 4 月から 2021 年 3 月のあいだ、新型コロナウイルス感染拡大により、オンライン売上は前年度 4,200 万カナダドルの 2 倍以上である 9,690 万カナダドルとなった。これは同州の酒類総売上の 2.7% にあたる。

また、SAQ の場合、コロナ禍以前、ほとんどのオンライン注文は「店舗受け取り」で届けられていたが、以後は 7 割が「宅配」を選択するようになり、その結果、通常 3-5 日であった納期が 5-7 日かかることになったうえに、手数料 12 ドル（名目は Food Banks of Quebec への寄付）は維持された。また、急激な状況の変化において、オンラインで購入できる製品数は約 4,000 種類からわずか 500 種類強に絞られた。SAQ は、EC における主課題は注文準備の速さと提供する商品の幅としながらも、コロナ禍の流行収束後に宅配の需要が続くかどうかについては懐疑的なようである。その背景にあるのは、家庭内の成人が出勤を再開することによって、家には商品が受け取れない子供が残る可能性である。⁴⁴

³⁸ <https://www.wellandtribune.ca/opinion/contributors/2021/02/05/will-canada-finally-get-functioning-interprovincial-alcohol-trade.html>

³⁹ <https://www.molsoncoorsblog.com/features/pandemic-helps-push-e-commerce-beer-sales-300-isnt-bubble>

⁴⁰ <https://www.wellandtribune.ca/opinion/contributors/2021/02/05/will-canada-finally-get-functioning-interprovincial-alcohol-trade.html>

⁴¹ 国税庁「カナダの種類の輸入等に係る規制等の情報」平成 29 年 3 月

⁴² PwC Canada “Retail evolution & customer experience” LCBO’s President & CEO George Soleas, 2018/5/29

<https://www.pwc.com/ca/en/services/consulting/transformation/shift-podcast/episode-08-retail-evolution-and-customer-experience.html>

⁴³ <https://www.lcbo.com/content/dam/lcbo/corporate-pages/about/pdf/LCBO-ANNUAL-REPORT-2019-20.pdf>

⁴⁴ Explosion de ventes en ligne à la SAQ” (Le Devoir, 2020). 2020/5/13

<https://www.ledevoir.com/societe/consommation/578797/consommation-explosion-des-ventes-en-ligne-a-la-saq>

カナダのオンライン販売は必ずしも「宅配」を意味しない。家で受け取る際に ID チェックが必要等の手間を考えると、SAQ の指摘するように、コロナ禍収束後の「宅配」傾向は再び落ち着く可能性も考えられる。

これに対し、世界最大ともいわれるアルコール EC マーケットプレイスを構える Drizly 社は 2016 年からアルバータ州エドモントンにおいて販売を開始しており、2018 年 11 月にはバンクーバーにある Liquor Depot の 7 店舗を含む地元の小売店と連携し、EC サイトおよびアプリを通じて販売を開始。大手小売業の全在庫からビール、ワイン、スピリッツを 60 分以内に家庭やオフィスに配送するサービスの提供を、ブリティッシュコロンビア州で開始している。店頭受け取りも可能である。同社はカナダ全土への事業拡大に関心がある。

しかし、現状ではカナダのアルコール飲料 EC 市場規模は依然非常に小さなものである。各民間企業がオンライン販売に乗り出し、コロナ禍をきっかけに真剣に競争力をつけ、カナダ全体のオンライン売上比率を大きく牽引したと予想することは難しくはない。この状況を受けて、そのスピード、利便性と売上のギャップを懸念した LCB が今後どのような動きを見せるかによって、カナダの EC 市場は大きく影響されると考えられる。

表 35 各州 CLB の酒類 EC (2021 年 6 月時点)

州・準州名	サイトリンク・情報内容
オンタリオ	Liquor Control Board of Ontario (LCBO) https://www.lcbo.com/content/lcbo/en/on-sale.html EC サイト商品総数 10,000 点以上。そのうち日本産酒類は全部で約 380 点あり、日本酒（果実酒等含む）約 300 点、蒸留酒約 70 点、ビール類約 10 点、ワイン 2 点となっている。カテゴリー分けにおいて、多くの混乱が目立つ。
ケベック	Société des alcools du Québec (SAQ) https://www.saq.com/en/ 商品総数 12,713 点。そのうち日本産酒類は全部で 121 点あり、日本酒 72 点、蒸留酒 44 点、ビール類 2 点、食前酒（梅酒）2 点、ワイン（甲州）1 点となっている。
ブリティッシュコロンビア	Liquor Distribution Branch (LDB) https://www.bcliquorstores.com/ 日本産酒類は全部で 66 点あり、果実酒を含む日本酒 42 点、果実酒を含む蒸留酒 23 点、ビール類 1 点となっている。カテゴリー分けにおいて、混乱がみられる。
アルバータ	Alberta Gaming, Liquor and Cannabis (AGLC) https://www.liquorconnect.com/ 小売は民営化されているため、上記の LIQUOR CONNECT というサイトで、州内で扱われている商品の検索ができ、商品には取扱い店が表記されている。日本産種類は全部で 495 点、日本酒 319 点（ワインのカテゴリー）、蒸留酒 129 点、ビール類 32 点、焼酎（リキュールのカテゴリー）6 点、果実酒・スパークリングワイン（サイダー・クーラーのカテゴリー）9 点となっている。
ノバスコシア	Nova Scotia Liquor Corporation (NSLC) https://www.mynslc.com/ 日本産酒類は全部で 15 点。
マニトバ	Manitoba Liquor & Lotteries Corporation (MLLC) https://www.liquormarts.ca/ 日本産酒類は全部で 11 点。
ニュー・ブランズウィック	Alcool NB Liquor (ANBL) https://www.anbl.com/ 日本産酒類は全部で 13 点。
ニューファンドランド・ラブラドール	Newfoundland Labrador Liquor Corporation (NLC) https://nliquor.com/

	日本産酒類は全部で2点。
プリンスエドワード島	PEI Liquor Control Commission https://nliquor.com/ 日本産酒類は全部で9点。カテゴリー分けにおいて、混乱がみられる。
サスカチュワン	Saskatchewan Liquor and Gaming Authority (SLGA) https://www.saskliquor.com/ 日本産酒類は全部で9点。カテゴリー分けにおいて、混乱がみられる。

出所) 各州 LCBEC サイトをもとに作成

3.4 物流実態⁴⁵

カナダにおいて酒類は基本的に州政府の専売であり、各州では酒類管理委員会(LCB)が、輸入・販売を行っている。州によっては LCB が賭博やカンナビスの管理も行っていることもある。LCB は「クラウン・コーポレーション（政府公社）」であるが、大都市を抱える LCB においてはサプライヤーと新商品開発を行ったり、卸売業者との関係を深めたり、マーケティング統計データを反映させた店舗開発を行ったり、民間と提携し IT 関連の強化などを行っている⁴⁶。

バリューチェーンとしては LCB が直接小売まで手掛ける以外に、卸売業者が介入するケース、小売が半官半民店舗（エージェンシー）、スーパーマーケット、食料品店、空港等で行われるケースなど、州によっても形態は変化し、複雑である。下表に、主な各州の LCB と特徴をまとめた。

表 36 各州の酒類取り扱い機関の特徴

州・準州名	LCB・特徴
オンタリオ	<ul style="list-style-type: none"> 仕入、輸入、在庫管理・配送は Liquor Control Board of Ontario (LCBO) が独占している。 小売は基本として LCBO の専売制をとっているが、地元ワイナリーの直売は認めている。 ビールの在庫管理・配送、小売は、LCBO とビールメーカー数社でつくる The Beer Store による 2 本立てで運用している。 販売量シェアは LCBO 48.8%、The Beer Store 44.1%、醸造所、蒸留所、ワイナリー小売店 7.1% (2020 年度)⁴⁷
ケベック	<ul style="list-style-type: none"> Société des alcools du Québec (SAQ) は、基本的にライトサイダー、ケベック州で瓶詰めされたビール、販売許可証保持者が販売する輸入ビールを除き、すべてのアルコール飲料についてケベック州での独占的な一次販売権を有している。⁴⁸ 2020-21 年度販売商品数は 15,800。(SAQ 2021 Annual Report より)
ブリティッシュコロンビア	<ul style="list-style-type: none"> 輸入・仕入、蒸留酒と輸入ワイン・ビールの在庫管理・配送は Liquor Distribution Branch (LDB) が管理している。国産ワイン・ビールの在庫管理・配送は民間も認められている。 小売は 1985 年にライセンス小売店(LRS)制度を導入して一部民営化した。2002 年以降、LRS を増やす方針をとっている。なお、免許は別組織の酒類 管理免許局(LCLB)の所管。
アルバータ	<ul style="list-style-type: none"> Alberta Gaming, Liquor and Cannabis (AGLC) が酒類販売免許等を所管している。 輸入・仕入は州が管理、在庫管理・配送は州とライセンス業者が共同運用している。 小売は 1993 年に完全民営化された。 取扱商品数 24,000 以上
ノバスコシア	<ul style="list-style-type: none"> Nova Scotia Liquor Corporation(NSLC)が仕入、輸入を一元管理している。 在庫管理・配送は NSLC が行い、小売は個人ワインショップ数件と一部遠隔地を除いて公営店が独占している。

⁴⁵ 3.4 についてはジェトロ農林水産・食品部及び国税庁 酒税課日本酒輸出ハンドブック（カナダ編）2018 年 3 月）を参照・引用している。

⁴⁶ PwC Canada "Retail evolution & customer experience" LCBO's President & CEO George Soleas, 2018 年 5 月 29 日 <https://www.pwc.com/ca/en/services/consulting/transformation/shift-podcast/episode-08-retail-evolution-and-customer-experience.html>

⁴⁷ <https://www.lcbo.com/content/dam/lcbo/corporate-pages/about/pdf/LCBO-ANNUAL-REPORT-2019-20.pdf>

⁴⁸ <https://alcohollaws.ca/quebec/>

マニトバ	・ 小売は Manitoba Liquor&Lotteries Corporation (MLLC)直営のリカーストアと MLLC から 認定を受けた個人のワインショップのみである。
ニューブラン ウィック	・ 仕入・輸入、在庫管理・配送、小売は Alcool NB Liquor (ANBL)が独占している。 ・ 地元ワイナリー及びビール醸造所の直売は認めている。
ニューファンドランド・ラブラドール	仕入・輸入、在庫管理・配送、小売は Newfoundland Labrador Liquor Corporation (NLC)が独占している。
プリンスエドワード島	仕入・輸入、在庫管理・配送、小売は PEI Liquor Control Commission が独占している。
サスカチュワン	Saskatchewan Liquor and Gaming Authority (SLGA)が流通、規制等を管理している。

出所) 国税庁「カナダの種類輸入等に係る規制等の情報」平成29年3月及び各LCBサイト情報をもとに作成

カナダにおいて酒類の輸入は州法（酒類管理法）に基づく酒類管理委員会（Liquor Control Board: LCB）が一元管理しており、すべての輸入酒類はLCBが購買者（名義上の輸入者）となる。LCBが輸入酒類の全量を買取り、傘下の州内酒類販売店に販売する。輸入業者はLCBからエージェントライセンスを取得し、LCBの代行で実際の輸入業務を行う。輸入業者がメーカーから直接輸入する、あるいは輸入後独自に販売することはできない。また、州を越える酒類の購買・流通は原則として各州のLCB間以外は認められておらず、酒類を輸入しようとする業者は、州ごとに エージェントとしてのライセンスを取得する必要がある。

以下、例としてカナダ最大の市場規模をもつオンタリオ州と第2位のケベック州の主に日本酒の輸入・販売システムについてまとめた。

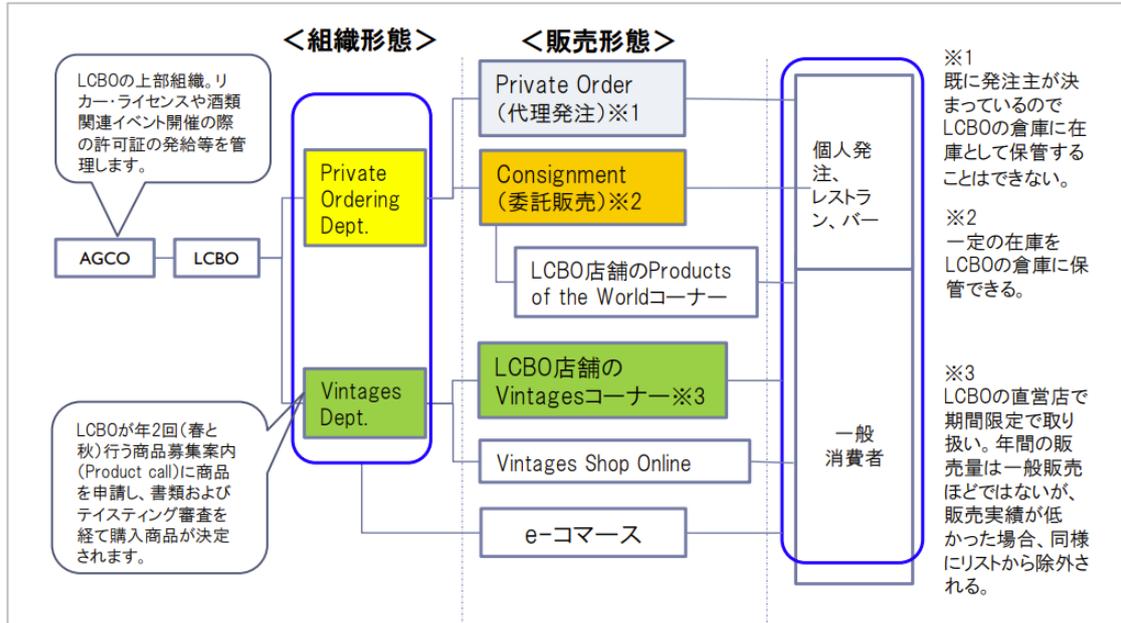
オンタリオ州

JETRO 及び国税庁のまとめによると、オンタリオ州では州の政府機関である Liquor Control Board of Ontario (LCBO) が、主に酒類の輸入・販売を 独占、一括管理しており、LCBO は商品の発注形態により3つの部門（Private Ordering Dept.、Vintages Dept.、Wine, Spirits & Beer）に分かれている。例えば、日本酒の蔵元は、LCBO 公認の輸入エージェントを介して、LCBO の主に Private Ordering Dept. もしくは Vintages Dept.と契約・取引を行う。オンタリオ州では、1商品につき1社のみしかエージェントになることができない。エージェントはオンタリオ州での営業・販売を実践・掌握し、LCBO と密接に連絡をとりながら、蔵元を支援する。

オンタリオ州での日本酒の販売形態は、LCBO の店舗販売（一般販売と Vintages コーナー、Products of the World コーナー）、Consignment（委託販売）、Private Order（代理発注）、e コマース販売がある。

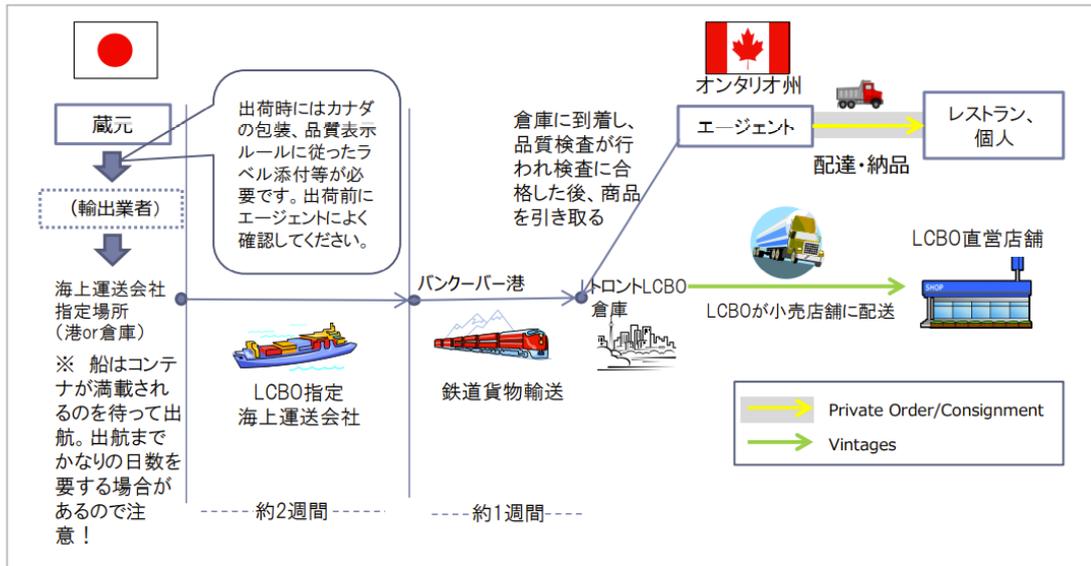
Products of the World コーナーとは、産地に特化した販売コーナーで、日本酒は東アジア産（日本、中国、韓国）アルコール飲料に分類されている。16年4月に東アジア産アルコール飲料の販売コーナーを持つ最初の店舗が、17年5月には2店舗目が開店した。また、オンライン販売は16年7月から始まるなど、日本酒の販売チャンネルが多様化してきている。

図 22 日本酒販売にかかわる LCBO の組織形態と販売形態



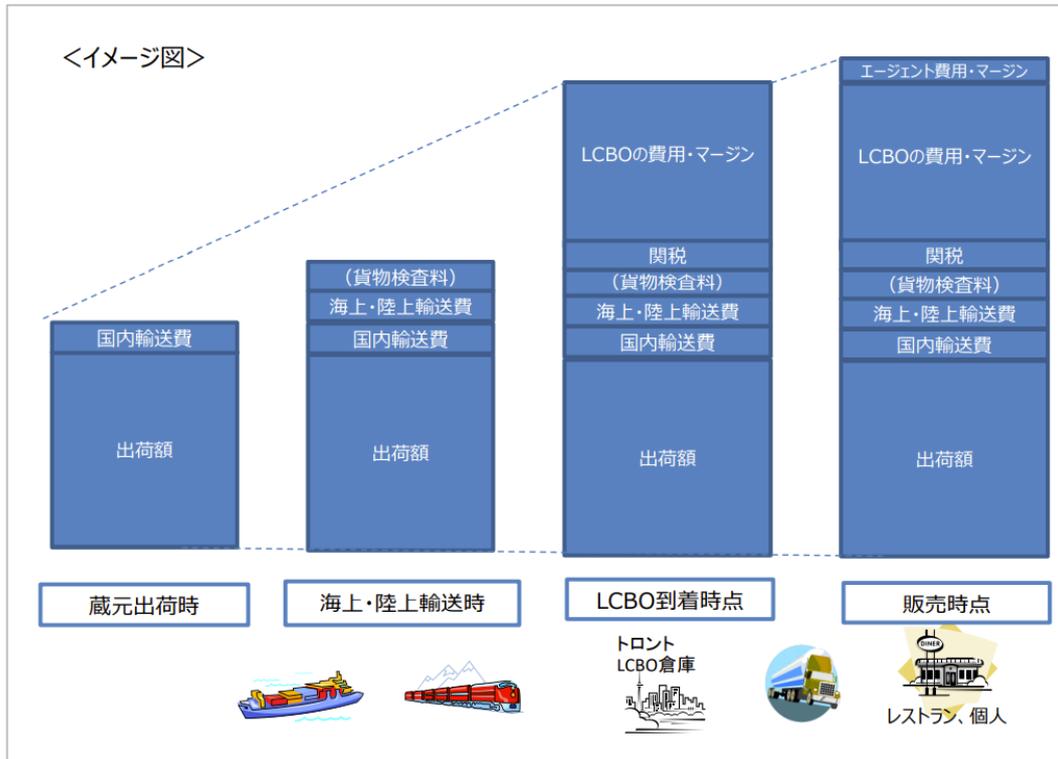
出所）ジェトロ農林水産・食品部及び国税庁 酒税課日本酒輸出ハンドブック（カナダ編）2018年3月

図 23 日本から日本酒がオンタリオ州に届くまでのフロー



出所）ジェトロ農林水産・食品部及び国税庁 酒税課日本酒輸出ハンドブック（カナダ編）2018年3月

図 24 日本からオンタリオ州の小売店舗に届くまでの流通費用



ビールの在庫管理・配送、小売は、LCBO とビールメーカー数社でつくる The Beer Store による 2 本立てで運用している。

ケベック州

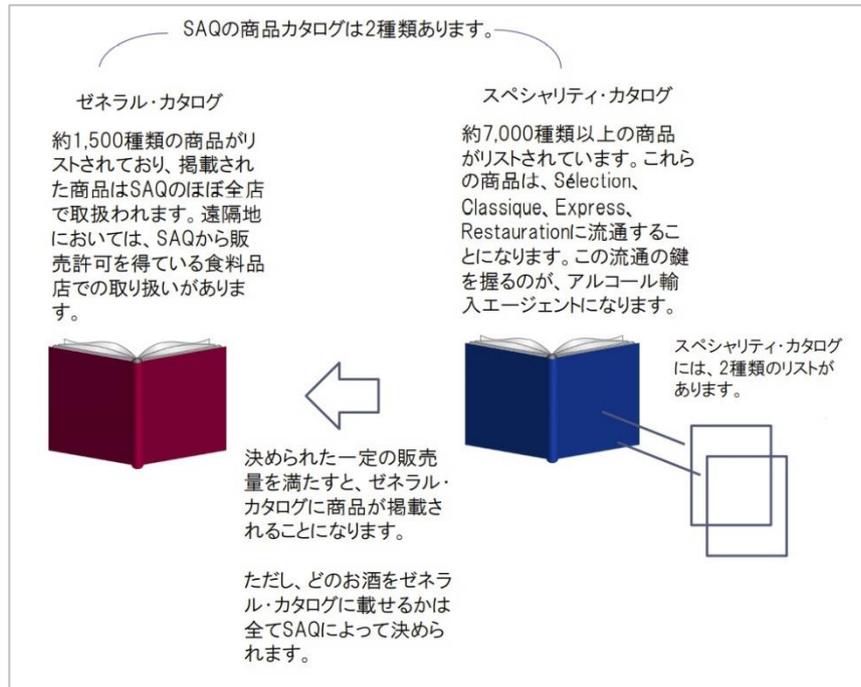
ケベック州では州の公社であるケベック州酒類公社（SAQ, Société des alcools du Québec）が酒類の輸入・販売を独占、一括管理している。ただし、地元産のワインとビール、特定の輸入ビールについては例外的に扱われている。

2021年6月現在、SAQのECサイト⁴⁹で扱われている日本産酒類は全部で121点あり、72種類の日本酒、44種類の蒸留酒、2種類のビール（いずれもアサヒスーパードライ）、2種類の食前酒（梅酒）、1種類のワイン（甲州）となっている。

ケベック州で日本酒を流通・販売させる場合、①カタログ掲載方式（SAQのカタログに商品を掲載し、SAQの店舗にて流通・販売させる方式）と、②個別輸入方式（SAQ公認のアルコール輸入エージェントがSAQを通じ輸入を行い、SAQがワインクラブ、レストラン、個人客向けに流通・販売させる方式）の2つがある。

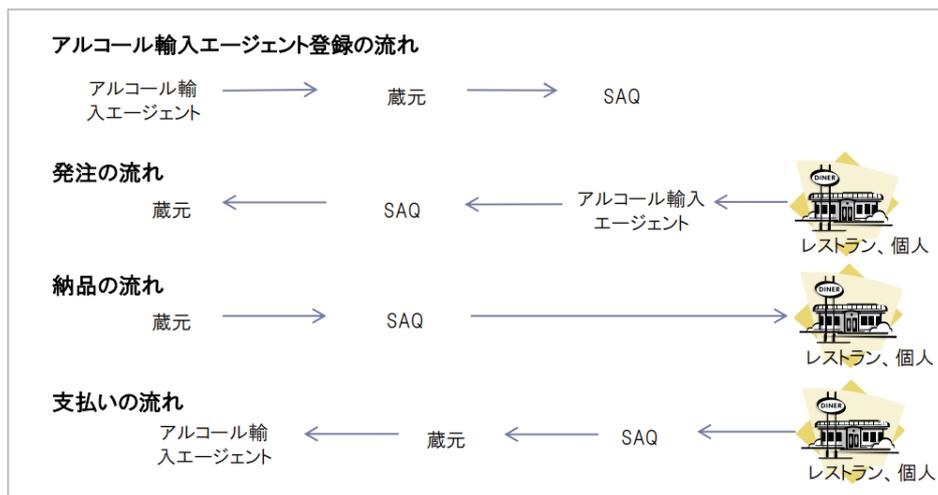
⁴⁹ <https://www.saq.com/en/>

図 25 カタログ掲載方式



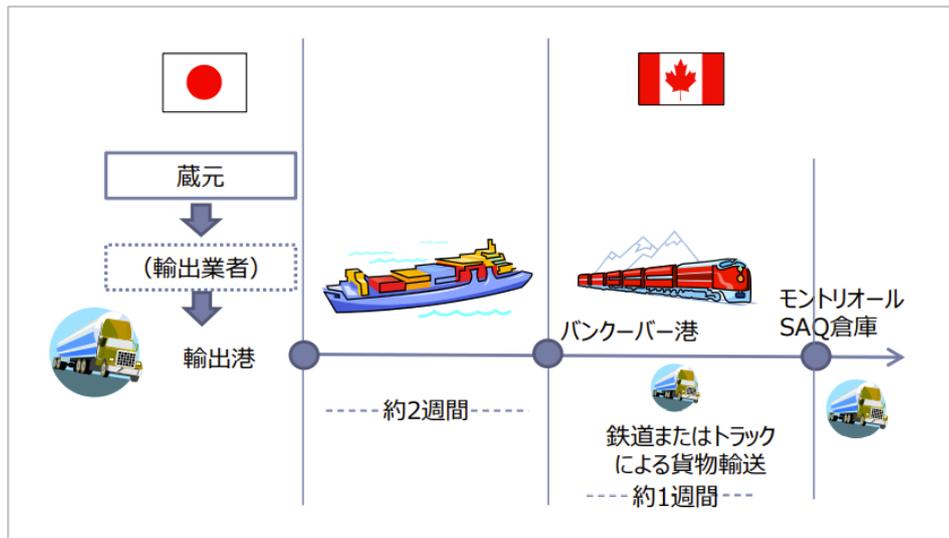
出所) ジェトロ農林水産・食品部及び国税庁 酒税課日本酒輸出ハンドブック（カナダ編）2018年3月

図 26 個別輸入方式



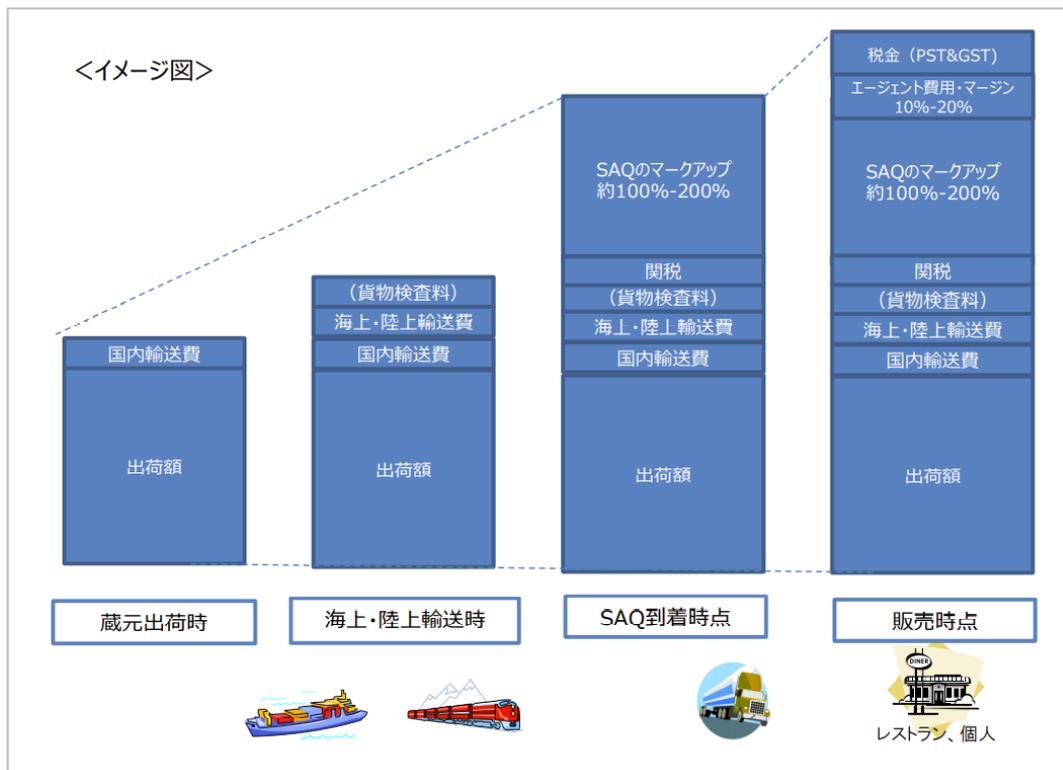
出所) ジェトロ農林水産・食品部及び国税庁 酒税課日本酒輸出ハンドブック（カナダ編）2018年3月

図 27 日本から日本酒がケベック州に届くまでのフロー



出所) ジェトロ農林水産・食品部及び国税庁 酒税課日本酒輸出ハンドブック（カナダ編）2018年3月

図 28 日本からケベック州の小売店に届くまでの流通費用



出所) ジェトロ農林水産・食品部及び国税庁 酒税課日本酒輸出ハンドブック（カナダ編）2018年3月

3.4.1 酒類別の品質管理体制及びコールドチェーン

カナダにおける酒類の品質管理体制及びコールドチェーンに関連する文献が見当たらなかった。なお、カナダでは日本酒は一般的に熱燗にして飲酒することが多い⁵⁰。そのこともあってか、常温での保存がみられるようである。

⁵⁰ https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2018/51dd11efaa033ed0/ca_reports.pdf

4 【調査2】嗜好調査

4.1 一般消費者（アンケート調査）

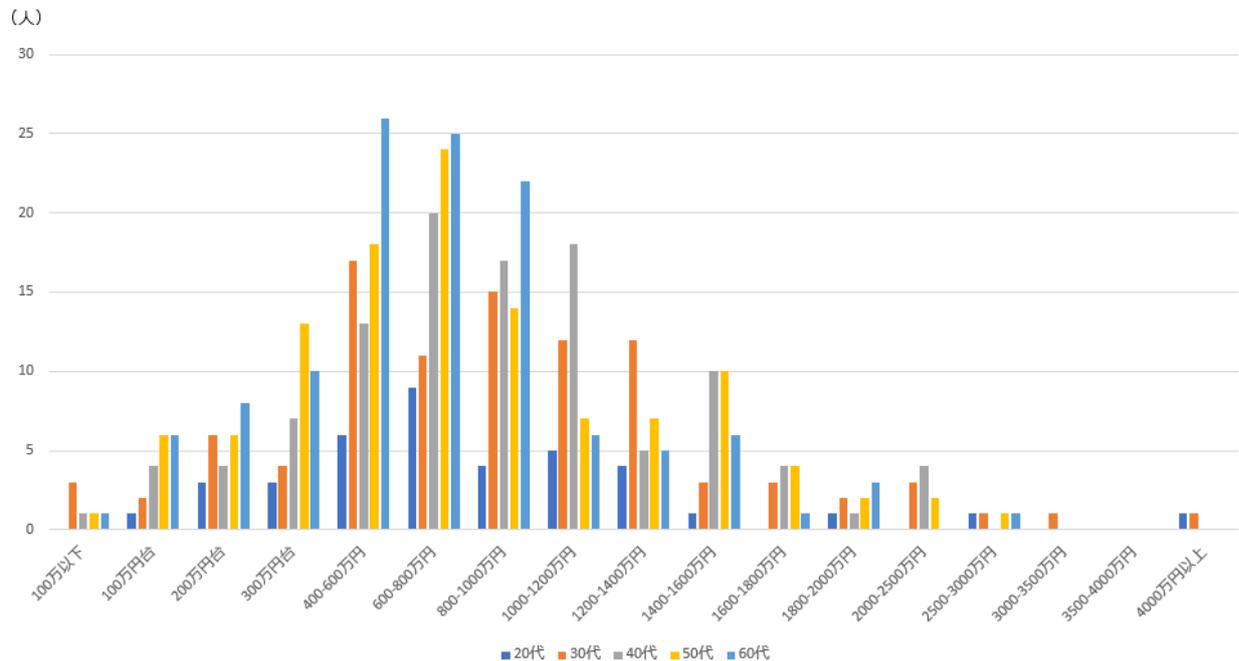
今次調査のためにカナダで一般消費者 500 名へのインターネットリサーチを実施した。詳細は別添の消費者調査報告書を参考頂きたい。回答者の属性は下記のとおりである。

図 29 消費者調査：回答者属性一覧

	20代	30代	40代	50代	60代	総計
カナダ全土	42	99	115	122	122	500
男性	17	41	56	52	58	224
女性	25	58	59	69	64	275
答えたくない				1		1

出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

図 30 消費者調査：回答者世帯年収分布（年齢別）



金額についてはドルで調査を行なったが、内容を把握しやすくするために円で表記している。1ドル100円で換算した。「わからない」、「答えたくない」と答えた22人を除く478人実数。

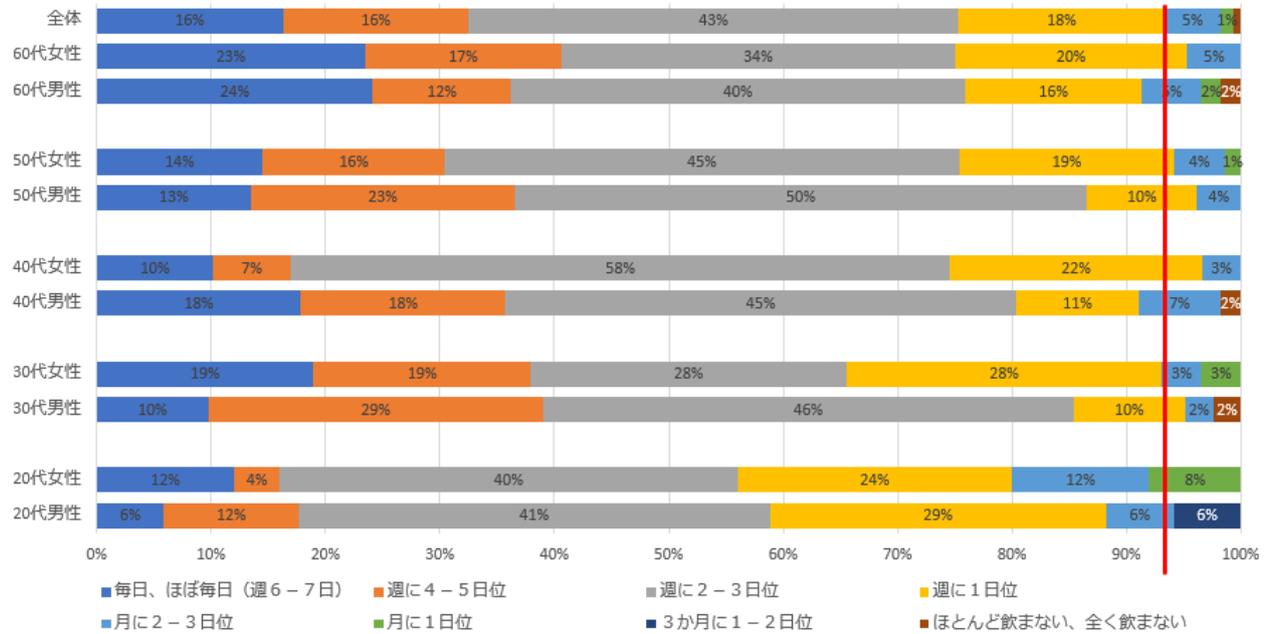
出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

全体的な消費行動

自宅内で週1回アルコール飲料を飲酒すると答えた人は全体の93%と高く、自宅外の27%より非常に高い。2020年の新型コロナウイルス感染拡大の影響が大きいと考えられる。外食の場合、30代が最も飲む割合が高く、男性の頻度は女性よりやや高い。

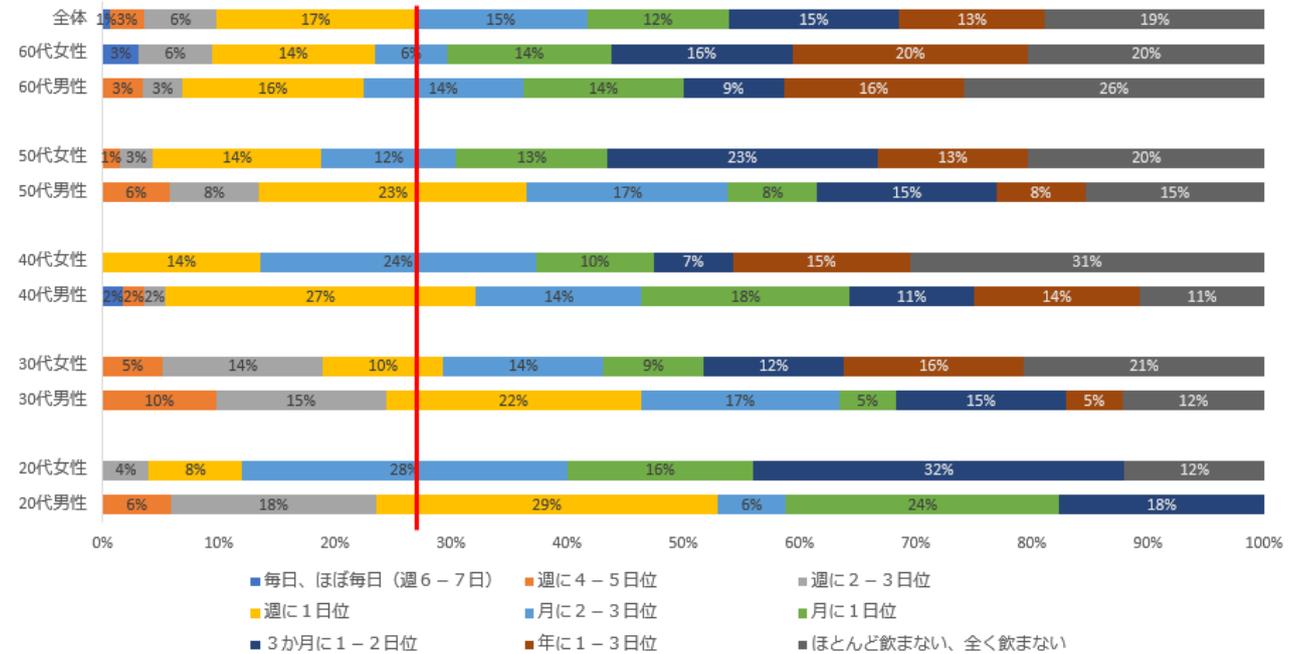
自宅における飲酒頻度（カナダ全体、年代別男女別）

93%



自宅外における飲酒頻度（カナダ全体、年代別男女別）

27%

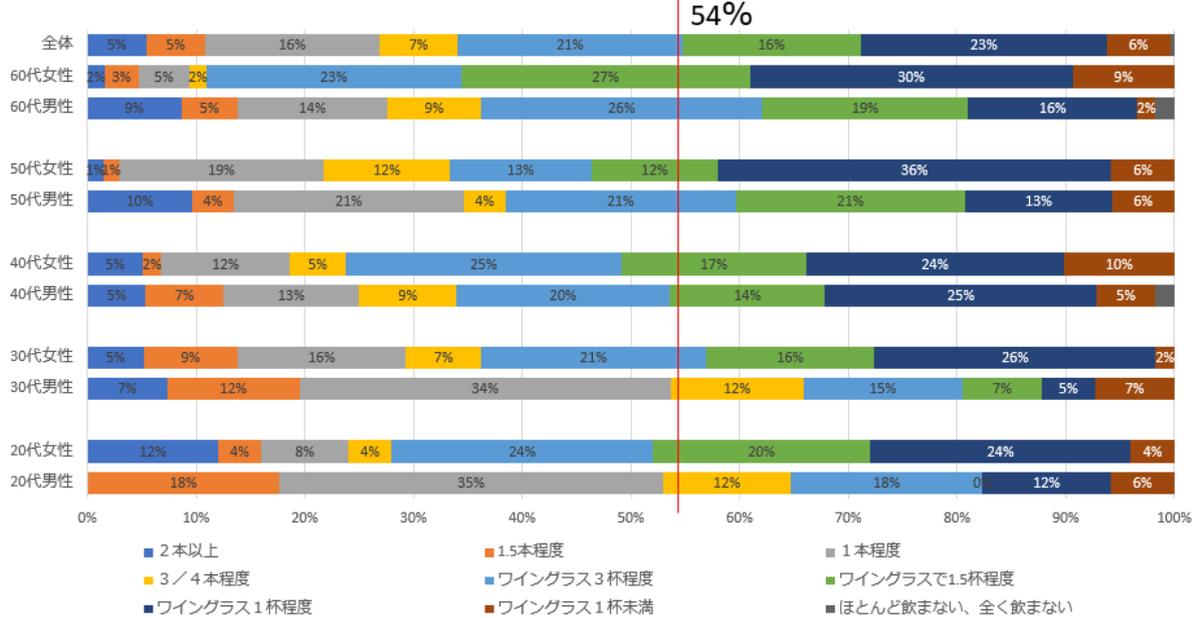


出所）一般消費者向けアンケート調査結果より

自宅及び自宅外での平均飲酒量について問うたところ、自宅で1日にワイングラスを3杯以上飲酒する回答者は54%である、自宅外ではその割合は38%まで下がる。総じて、年代が低いほど飲酒量は増加する傾向にある。

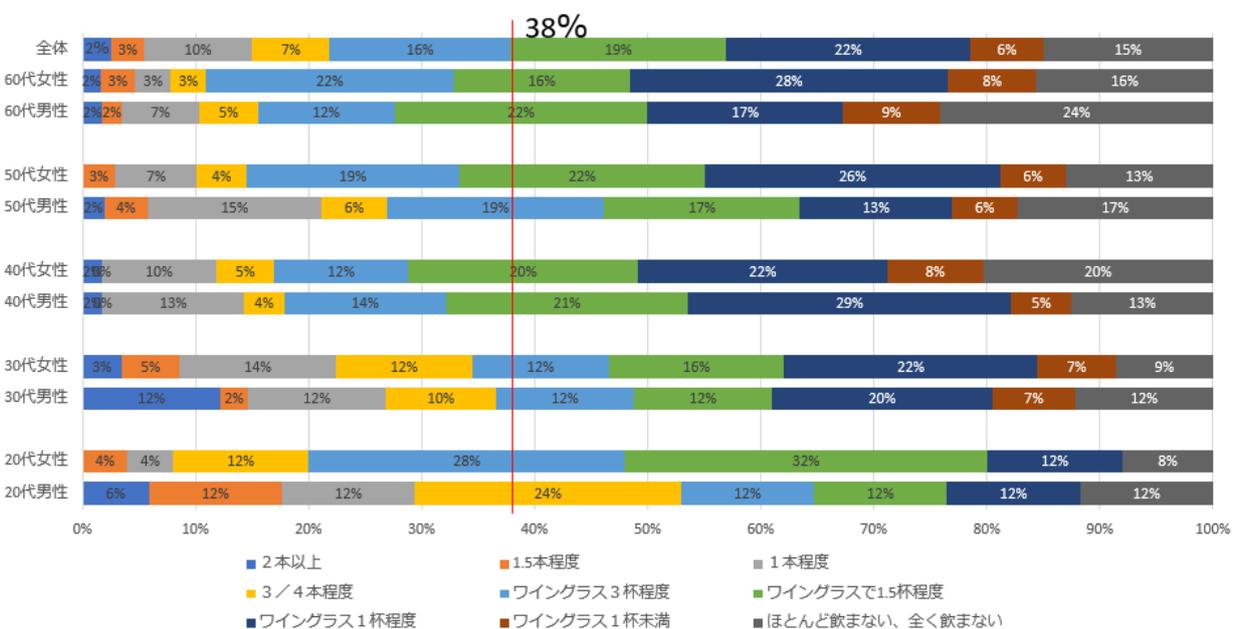
* 750 mlの赤ワインフルボトル換算

一日当たりの自宅における平均飲酒量（全体、性別年代別）



* 750 mlの赤ワインフルボトル換算

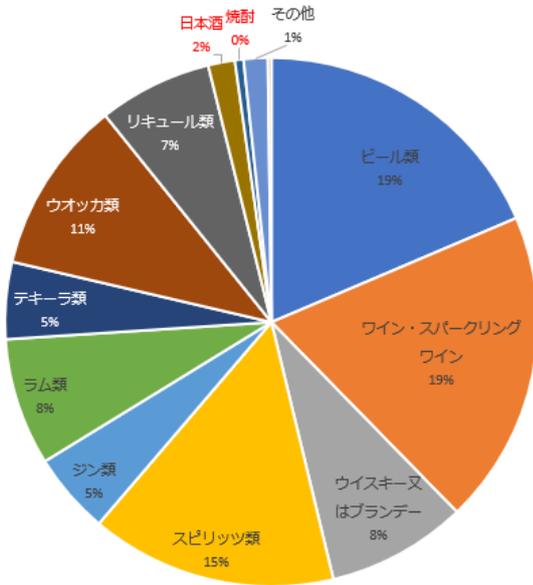
一日当たりの自宅外における平均飲酒量（全体、年代別男女別）



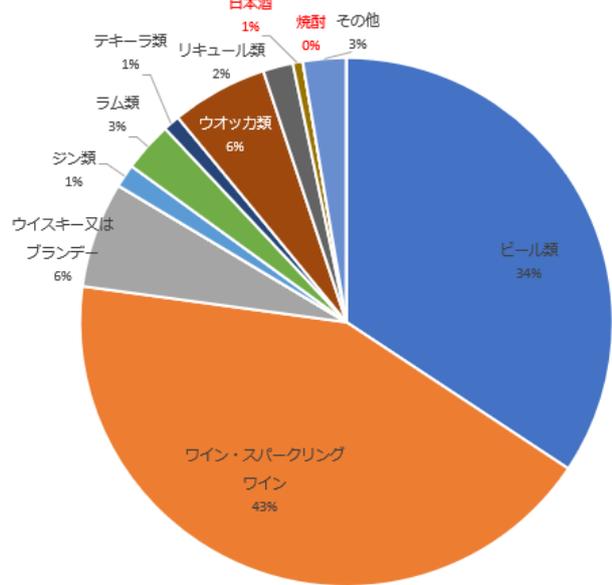
出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

過去1年間自宅又は自宅外で飲んだ酒類について問うたところ、様々な酒類の名前が挙がったが、最も飲んだものとなると、ビールとワインが最も多く、自宅内または自宅外問わず人気が高かった。日本酒については2%が自宅内及び自宅外で「飲んだことがある」と回答しているが、最も飲んだアルコール飲料では日本酒も1%に下がっている。

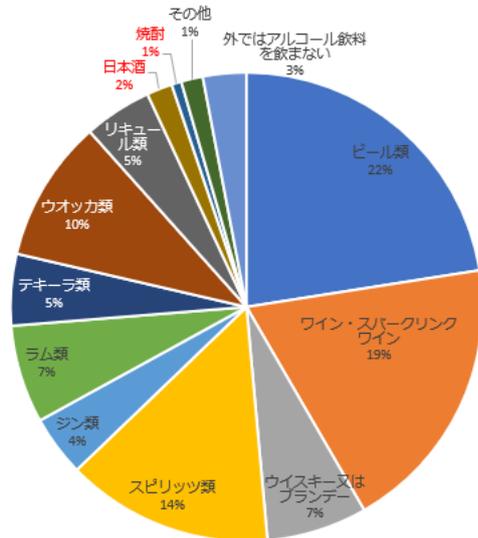
過去一年間に自宅で飲んだことがあるアルコール飲料（複数回答、全体）



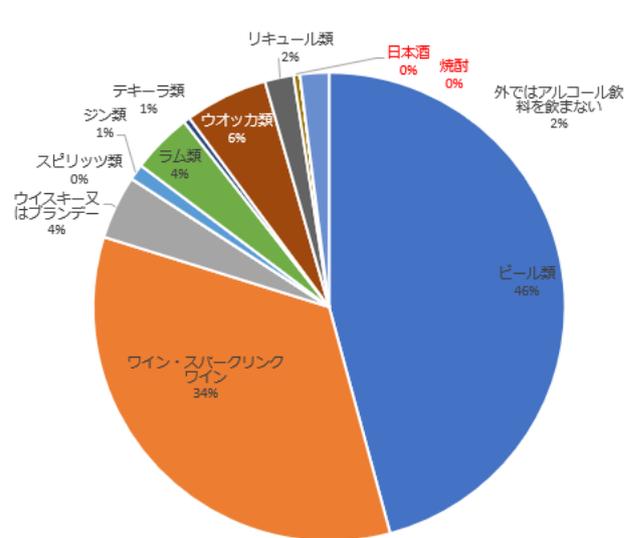
過去一年間に自宅で最も飲んだアルコール飲料（全体）



過去一年間に自宅外で飲んだことのあるアルコール飲料（複数回答、全体）



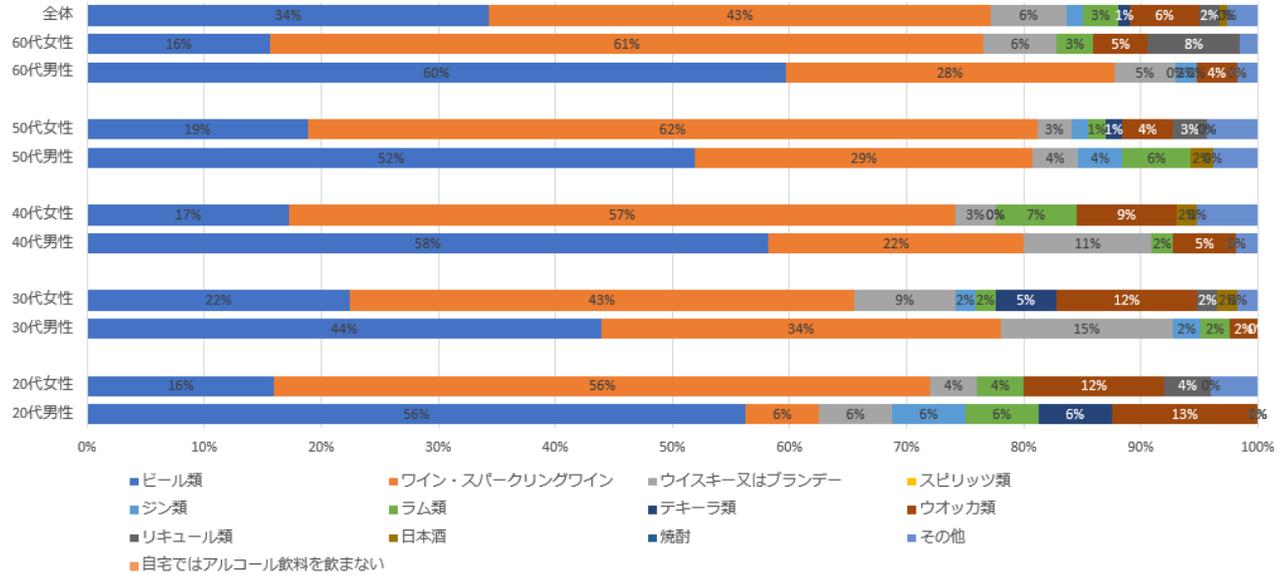
過去一年間に自宅外で最も飲んだアルコール飲料（全体）



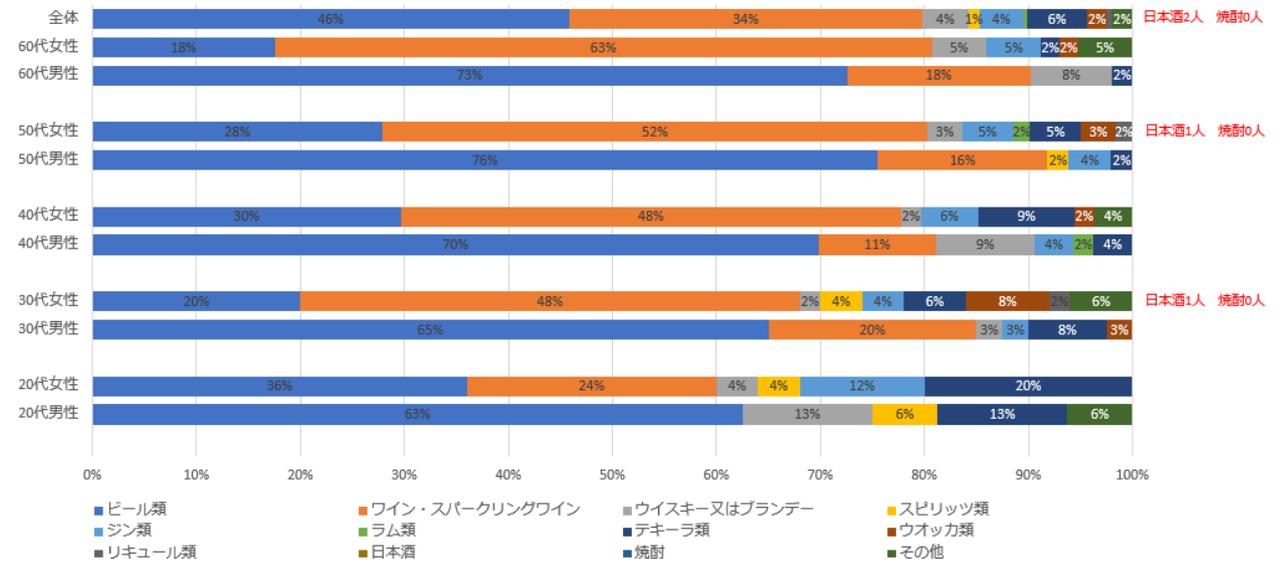
出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

性別または年齢別に分析してみると、男性はビール、女性はワインを自宅内外で最も飲んでいることがわかる。特に男性は自宅外でビールをより多く飲む傾向がある。また、20代の男性は飲んでいる酒類バラエティが最も多い。

過去一年間に自宅で最も飲んだアルコール飲料（全体、性別年代別）



過去一年間に自宅外で最も飲んだアルコール飲料（全体、年代別男女別）



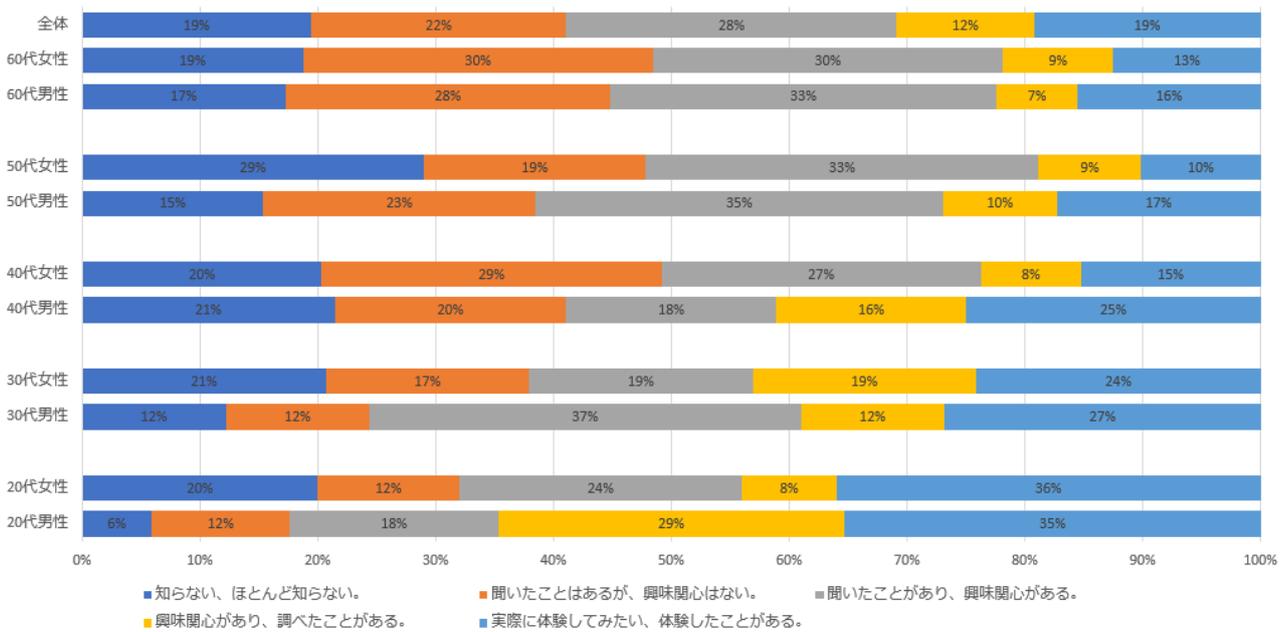
出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

日本産酒類の消費行動

消費者調査では、日本のアルコールを実際に飲酒したことがあると回答した者が少なかったが、関心を持っていると回答した者男性の方が多く、年代が若いほど興味を示している。記述の通り、若い世代の男性は飲酒量が多く、また飲む酒類のバラエティが多いことから、日本産酒類の潜在的な消費層であると考えられる。

他方で、年齢が上がるにつれて、日本のアルコールに対する認知度や関心が低くなり、女性ではその傾向が特に強い。

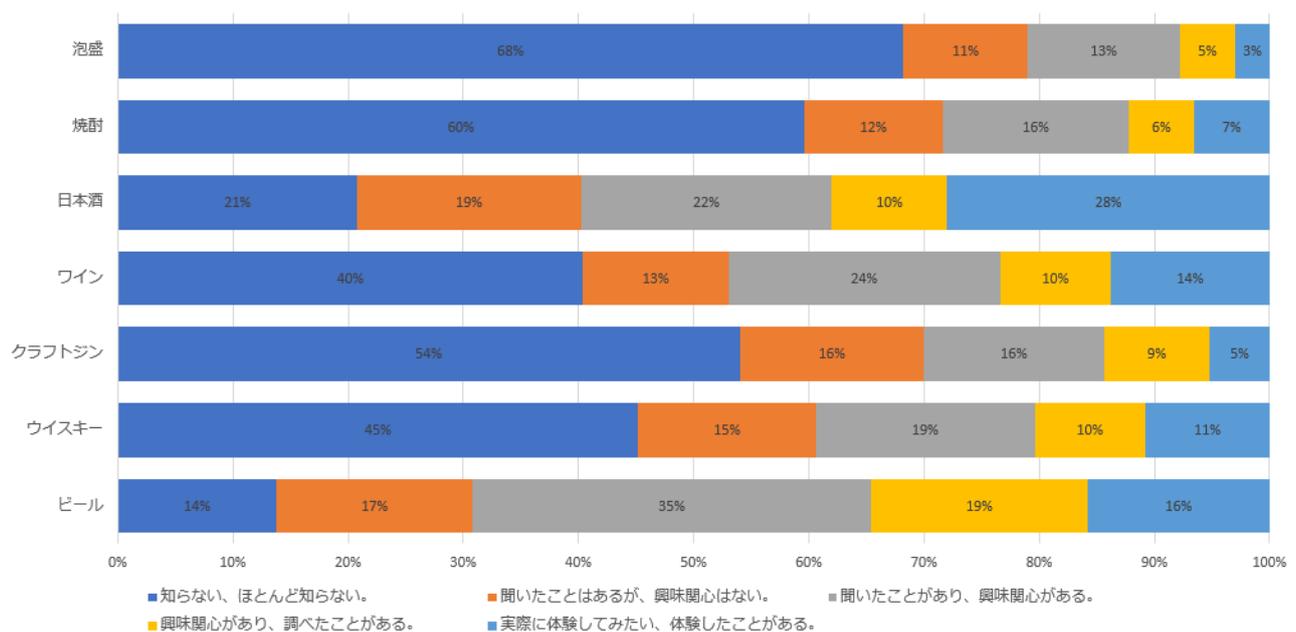
日本のアルコール飲料への興味（全体、年代別男女別）



出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

日本のアルコール飲料の中ではビールと日本酒への興味が高く、全体の6-7割にのぼった。焼酎、泡盛については認知度が低く、関心を持っている層は2割程度である。

商品別カナダ人の日本のアルコール飲料への興味

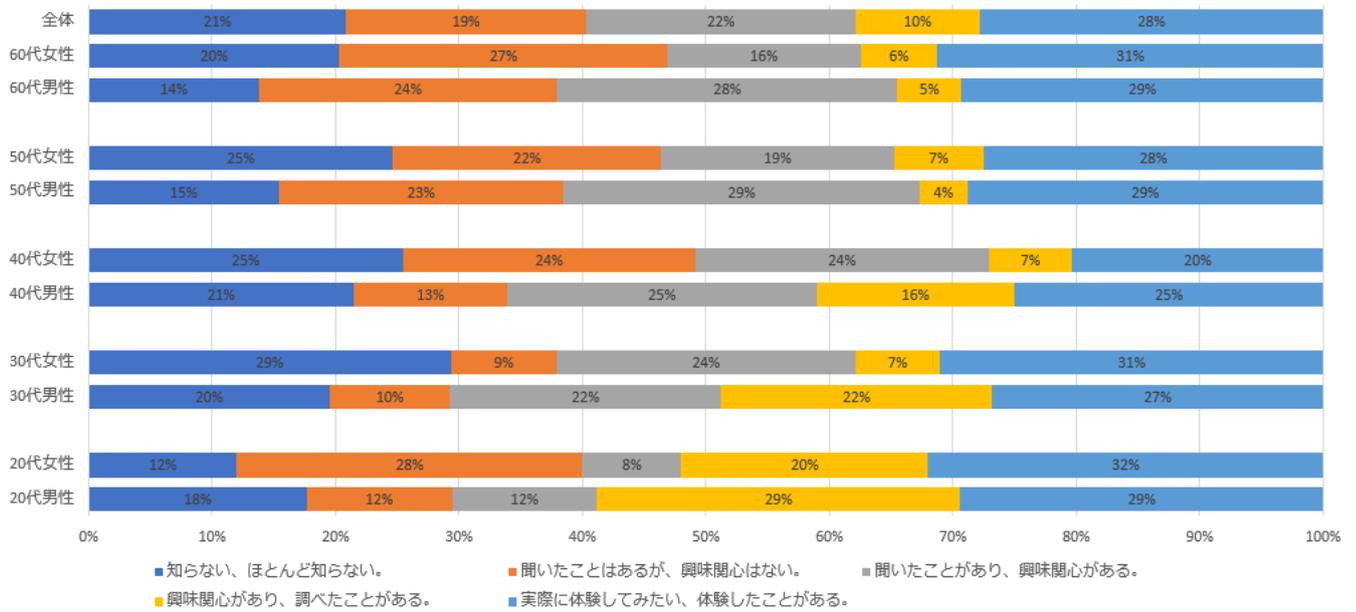


出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

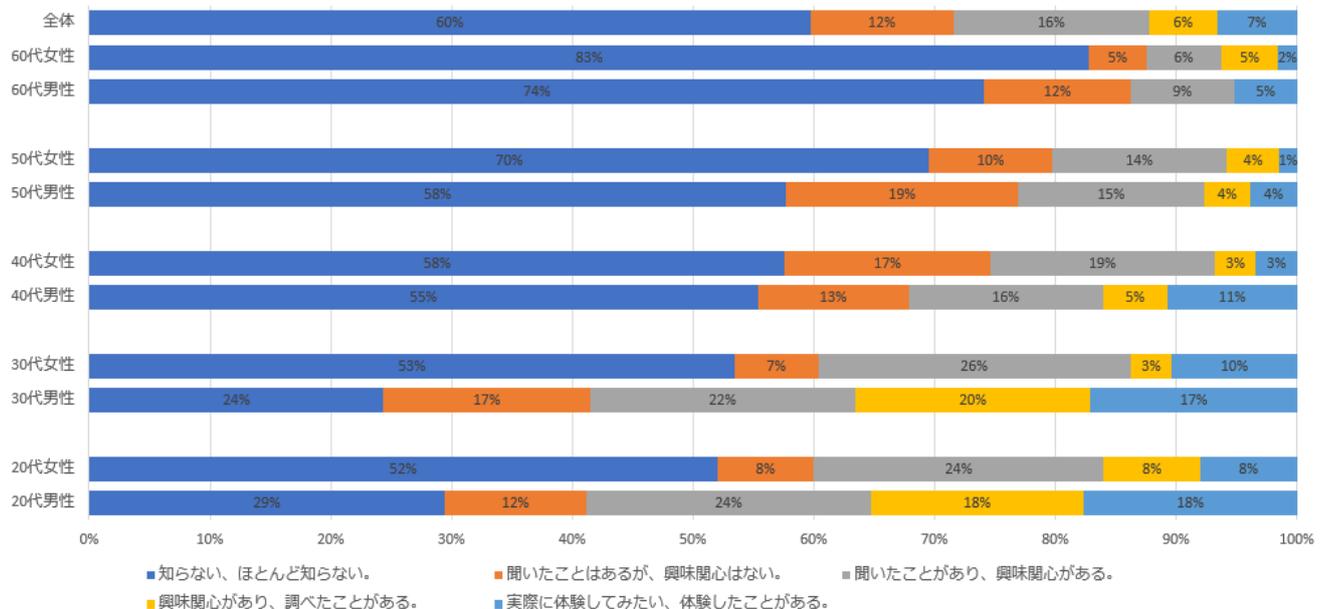
日本酒、焼酎及び泡盛に対する興味について問うたところ、日本酒の認知度が高く、特に20代及び30代の男性で興味のある人が70%を超える。女性も約6割が一定の関心を示している。

その一方で、焼酎及び泡盛に対する認知度が低い。関心を持っている層は日本酒と同じく、20代及び30代の男性である。

カナダ人の日本酒への興味（年代別男女別）

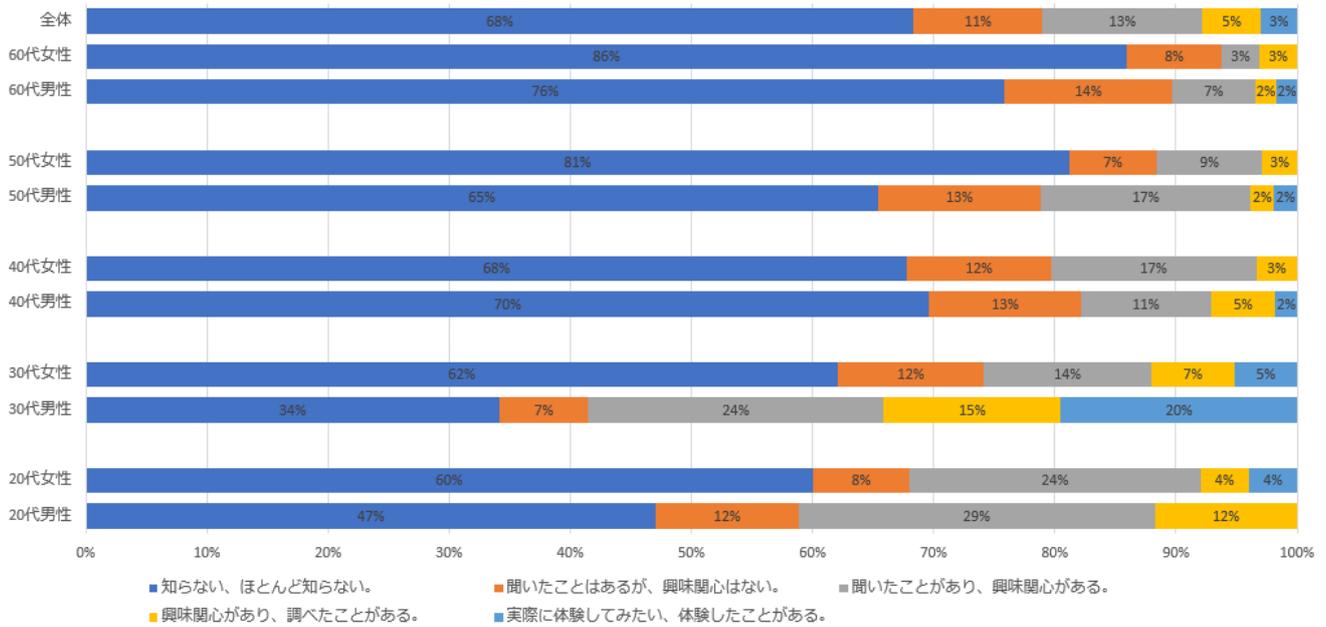


カナダ人の焼酎への興味（全体、年代別男女別）



出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

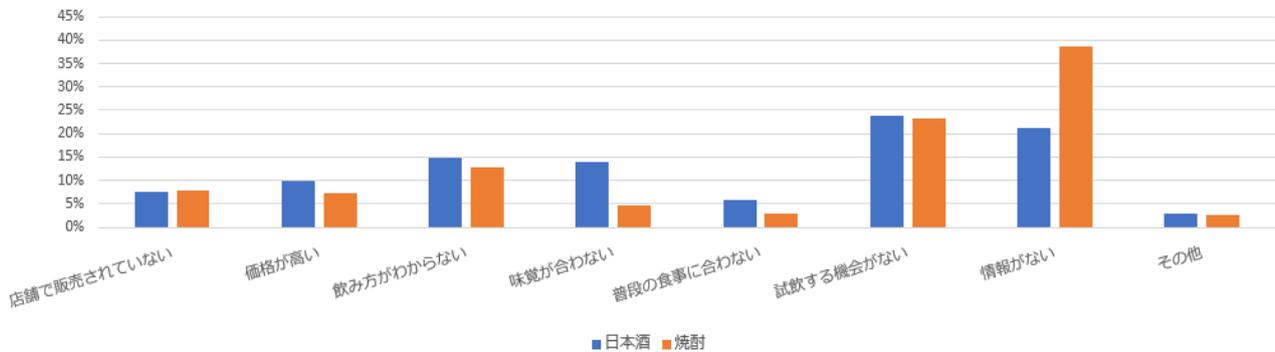
カナダ人の泡盛への興味（全体、年代別男女別）



出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

日本酒や焼酎を飲まない理由としては「情報が無い」を挙げた人が圧倒的に多かった、日本酒については「試飲する機会が無い」と答えた人が最も多かった。他方で、価格が高いことが原因で飲まない割合が少ない。

日本酒、焼酎を飲まない理由（複数回答、全体）



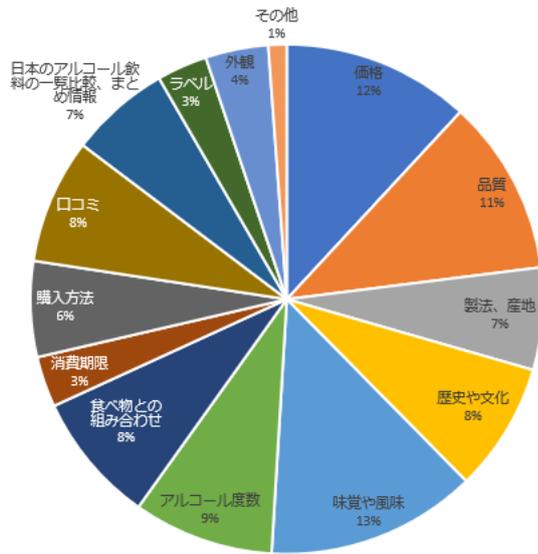
日本酒、焼酎を飲まないと答えた人への質問。日本酒：201人、焼酎：357人

出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

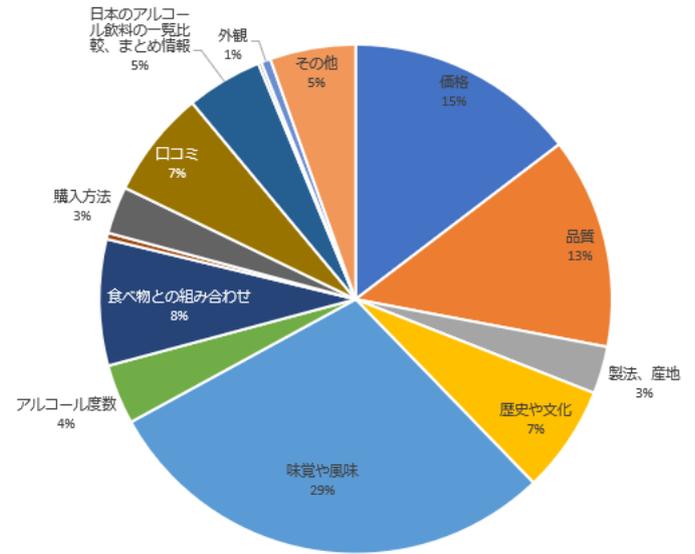
日本のアルコール飲料について知りたいことについて問うたところ、全世代を通じて味覚について知りたいという意見が最も高く、価格と品質がこれに続いた。年齢の高い男性は価格にも関心があり、他方で若い世代や女性は「一覧比較、まとめ情報」について特に知りたいと回答した。

日本産酒類に特に関心が高い20代及び30代の男性の場合、味覚、品質、一覧比較の他に口コミについても知りたいと回答している。

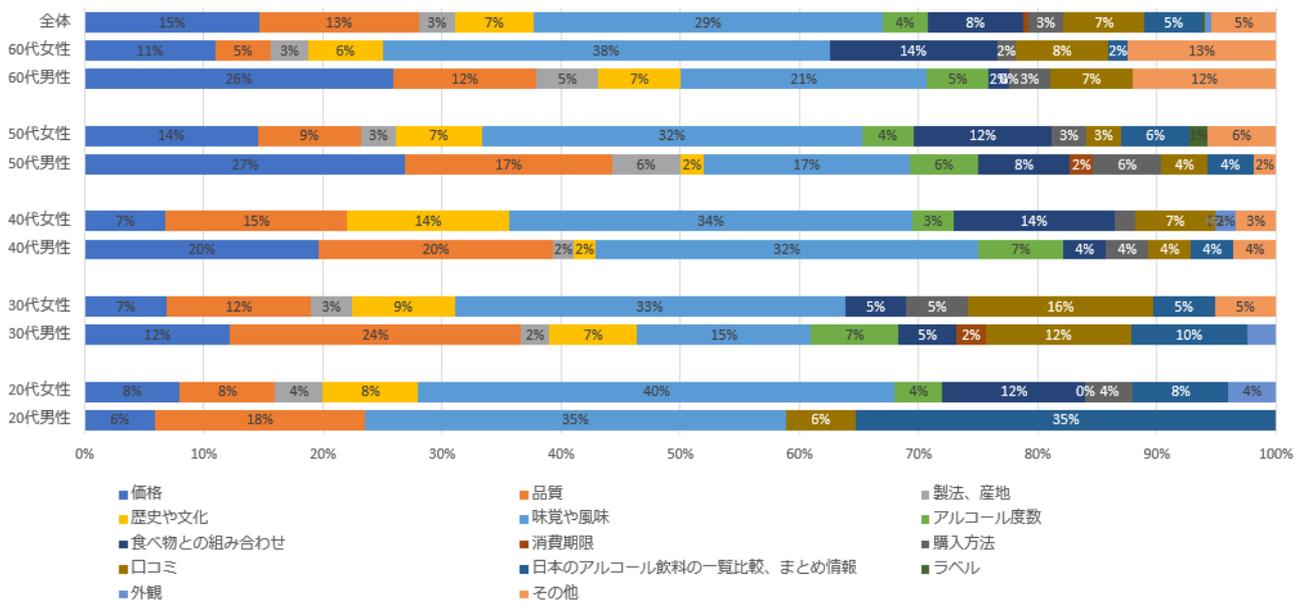
日本のアルコール飲料について知りたいこと
(複数回答、全体)



日本のアルコール飲料について
特に知りたいこと (全体)



日本のアルコール飲料について特に知りたいこと (年代別男女別)



出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

4.2 市場関係者（アンケート調査）

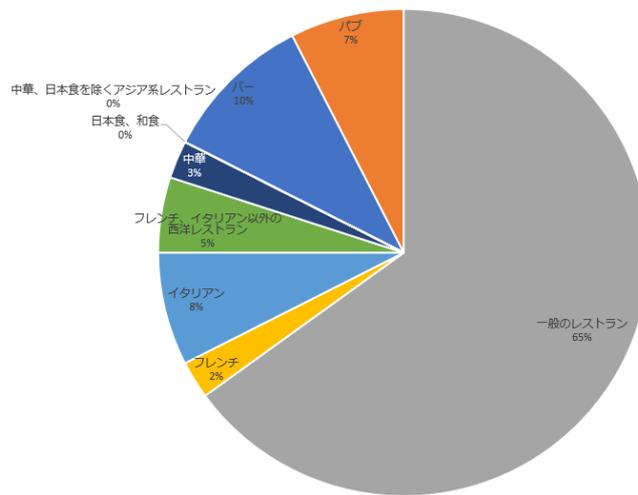
今次調査のためにカナダ全土で市場関係者 100 名へのインターネットリサーチを実施した。詳細は別添の市場関係者調査報告書を参照頂きたい。回答者の属性は下記のとおりである。

図 31 市場関係者調査：回答者属性一覧

業態	回答者数
輸入業者	25
飲食店	50
卸等流通業者	25

出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

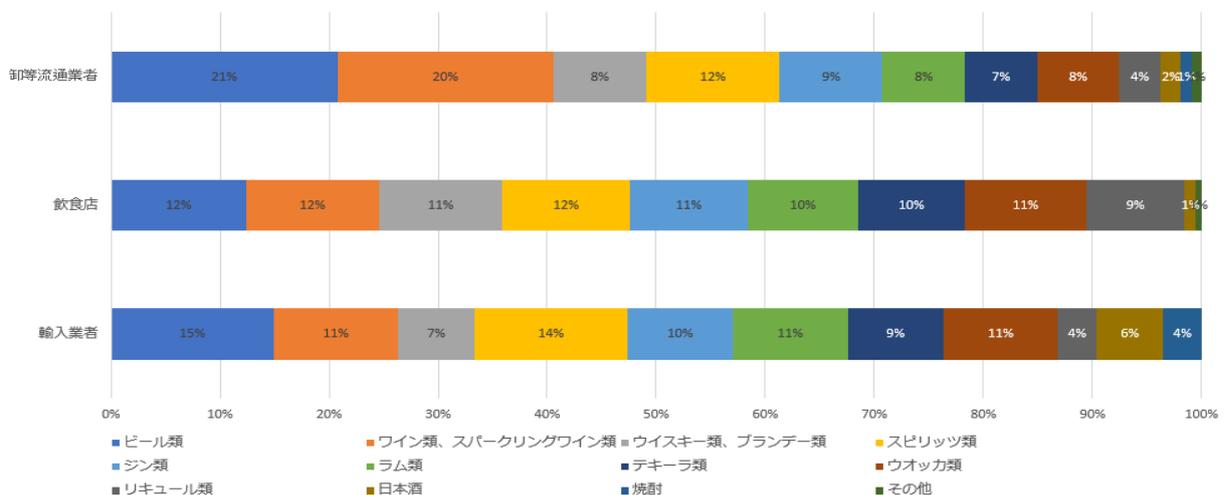
図 32 市場関係者調査：飲食店のジャンル分布



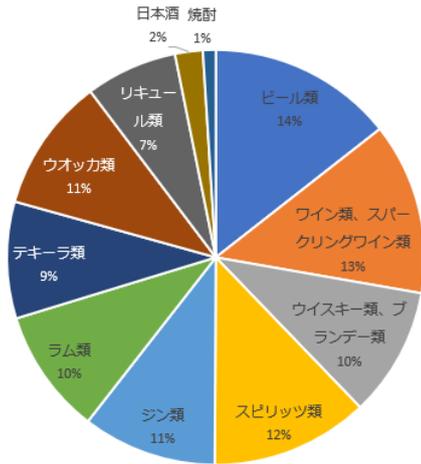
過去一年間の取り扱いのあったアルコール飲料を輸入業者、卸業者そして飲食店別にアンケートで調査したところ、ビール、ワイン、スピリッツ等をはじめとし、多種にわたるアルコール飲料の取り扱いをしている。

輸入業者では日本酒を扱っている会社数は 25 社中 7 社（輸入業者全体の 28%）、焼酎は 4 社（同 16%）あった。飲食店の場合、日本酒は 50 店中 4 店（8%）、焼酎は 1 店（同 2%）であり、卸業者では日本酒は 25 社中 7 社（同 28%）、焼酎は 1 社（同 4%）であり、いずれにおいても日本酒の扱いの方が多い。

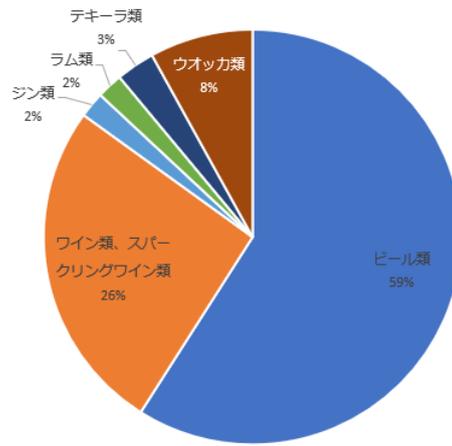
直近1年以内の取り扱いアルコール飲料（複数回答、業種別）



直近1年以内の取り扱いアルコール飲料
(複数回答、全体)



直近1年以内で最も取り扱いの多かった
アルコール飲料（全体）

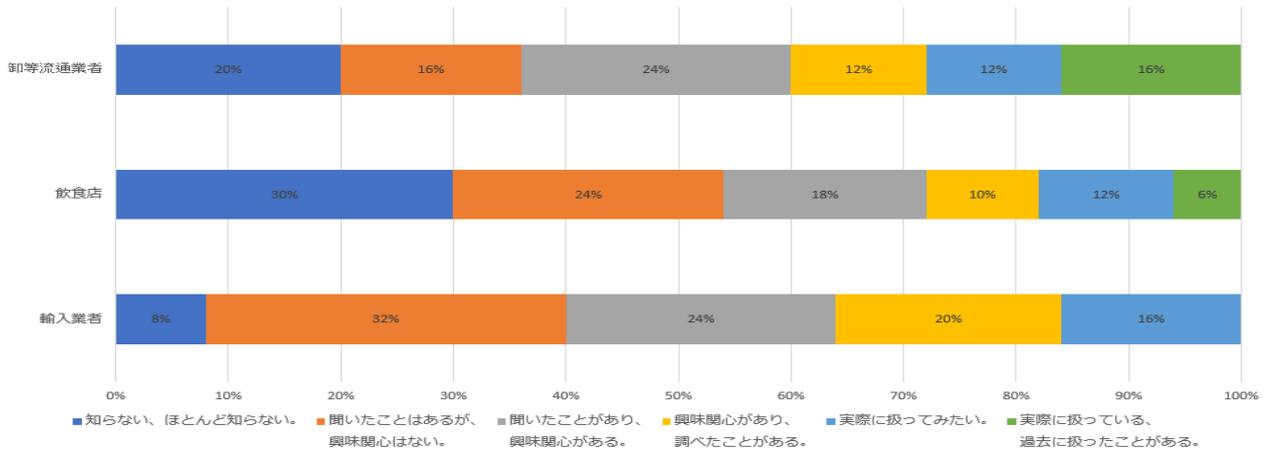


出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

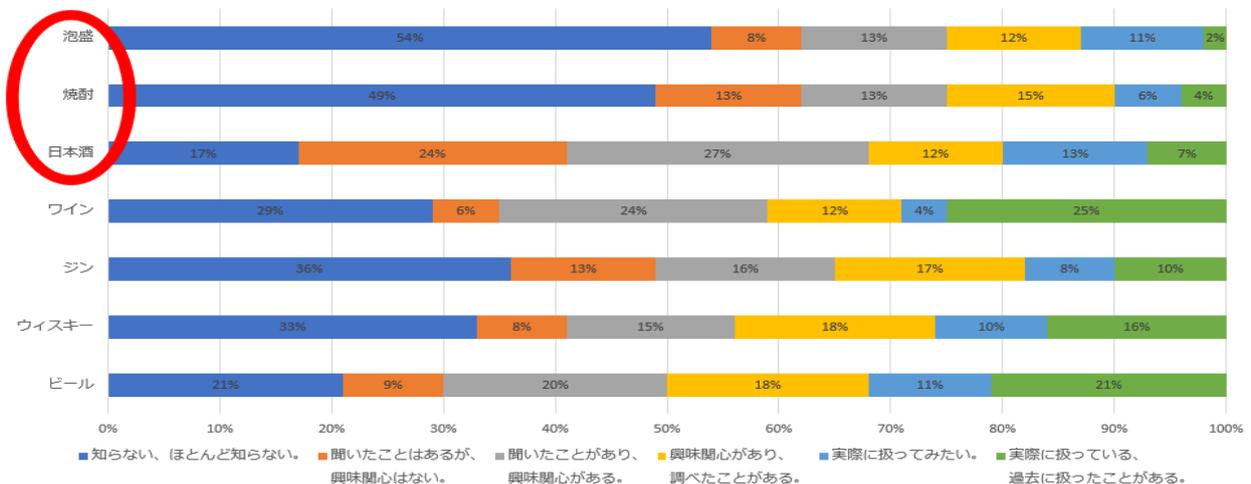
日本産酒類に何らかの興味を持っている人は半分を超え、または扱ったことがある企業は7%であった。今後扱ってみたいと回答した企業は13%と比較的高い。卸業者は特に日本産酒類に高い関心を持っていると言える。

関心の高いアルコール飲料はビール（同70%）、日本酒（同69%）、ワイン（65%）である。他方で、焼酎と泡盛はともに38%と低い。他方で、実際に扱ってみたい割合でみると、日本酒が最も高い。

カナダ企業の日本産アルコール飲料への興味



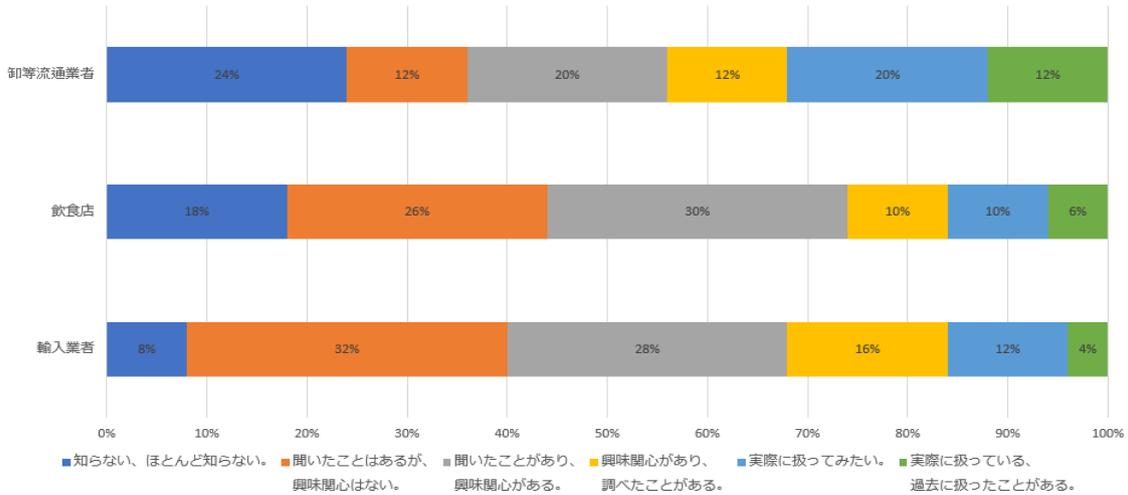
カナダ企業の日本産アルコール飲料への興味



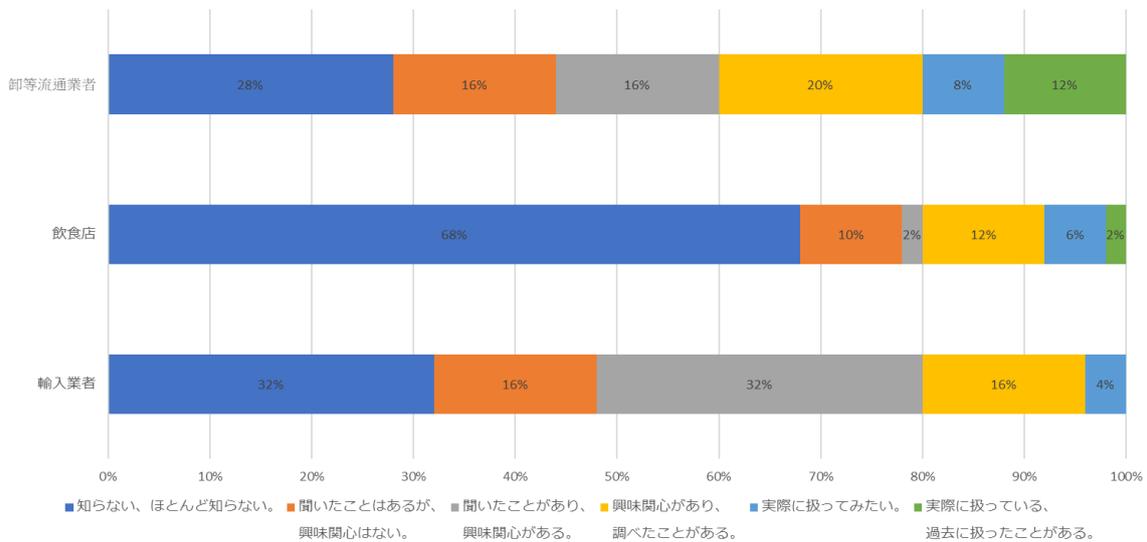
出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

業種別、酒類別の興味度合についてみると、日本酒の場合、卸業者の興味が最も高く64%、実際に扱ってみたいと答えた企業は20%と他に比べて高い。焼酎及び泡盛の場合、卸業者は何らかの興味があると答えた企業は半数であり、飲食店は22%興味があると回答した。

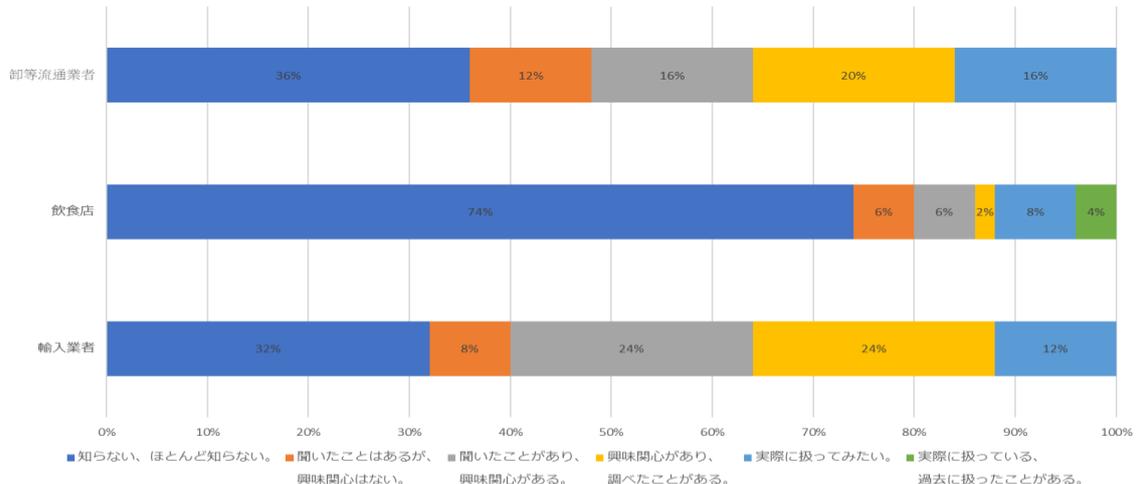
カナダ企業の日本酒への興味（業種別）



カナダ企業の焼酎の興味



カナダ企業の泡盛の興味

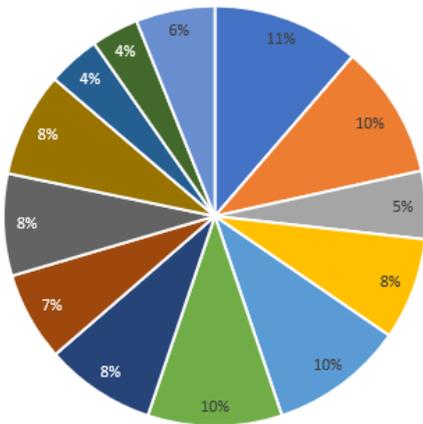


出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

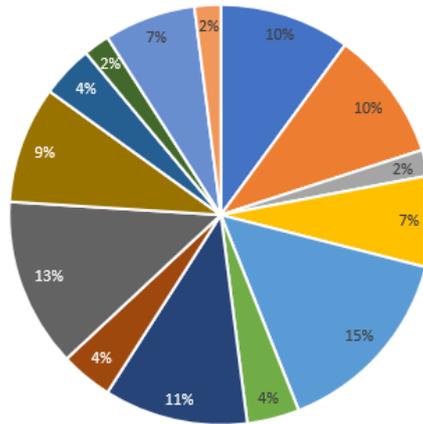
認知度がまだ低い日本産酒類だが、カナダの事業者には、日本のアルコールについて知りたい情報を問うた。複数回答では知りたいことはどれもほぼ同じ程度であったが、最も知りたいことについても各企業ばらつきがある。味覚や風味が一番多く、ついでに購入方法を挙げた企業が多かった。

業種別では、輸入業者は「価格」、「味覚や風味」そして「消費期限・保存方法」を重視しており、卸業者は「アルコール度数」、「価格」と「品質」を知りたいと回答している。また、飲食店は「品質」、「価格」と「アルコール度数」と答えた割合が最も高い。

日本のアルコール飲料について
知りたいこと（複数回答 全体）

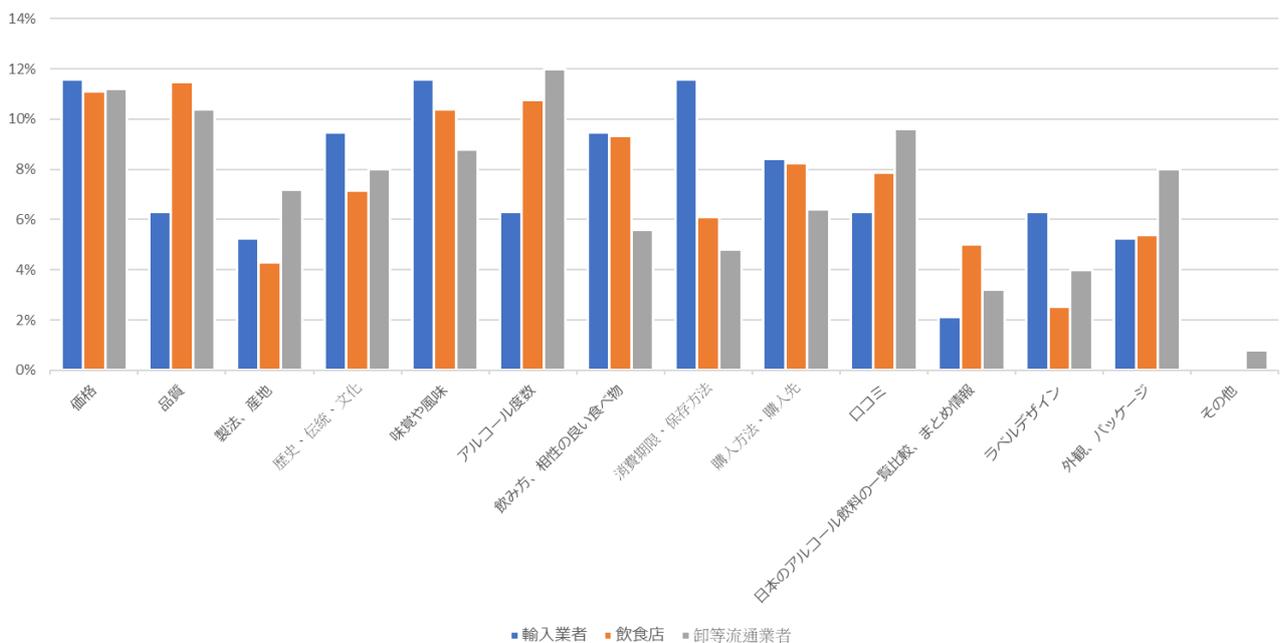


日本のアルコール飲料について
最も知りたいこと（全体）



- 価格
- 品質
- 製法、産地
- 歴史、伝統、文化
- 味覚や風味
- アルコール度数
- 飲み方、相性の良い食べ物
- 消費期限、保存方法
- 購入方法、購入先
- 口コミ
- 日本のアルコール飲料まとめ情報
- ラベルデザイン
- 外観、パッケージ
- その他

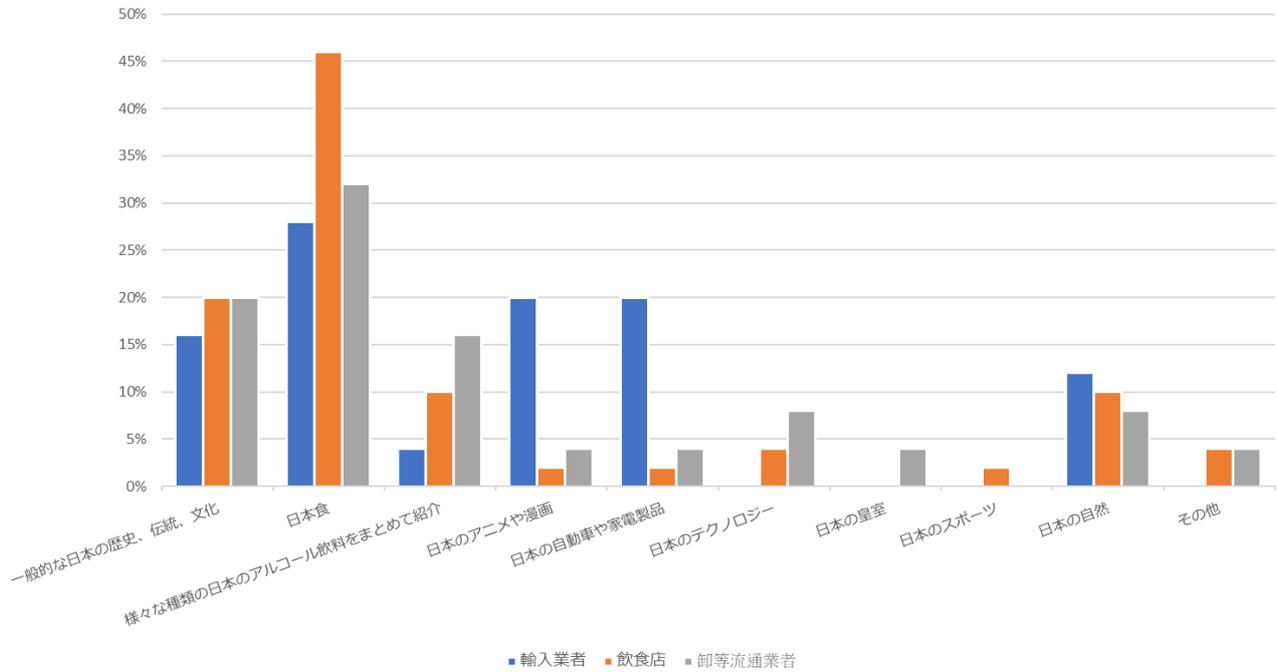
日本のアルコール飲料について知りたいこと（複数回答 業種別）



出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

日本産酒類の効果的なプロモーション活動について問うたところ、日本食の情報と併せて行うのが良いという意見と日本の伝統や歴史などと併せて紹介するのが良いという意見が多かった。業種別でみると、輸入業者はより多くのアイデアを持っており、日本のアニメや自動車などと併せたプロモーションを提案している一方で、飲食店及び卸業者は日本食とのプロモーションを選択した者が最も多かった。

プロモーション活動に最も効果的な日本の情報（業種別）



出所) 一般消費者向けアンケート調査結果より

4.3 検索エンジンにおける「SAKE」の検索推移

調査対象地域において最も利用されている検索エンジンにおける「SAKE」、「日本酒」等の検索回数の推移について調査を行った。以下は2021年1月26日時点で行った調査結果となる。

対象地域について

区分1では、カナダを対象に調査した。

①カナダ全域

調査対象検索エンジンの特定

はじめに、各地域で最も利用されている検索エンジンの特定を行う調査を実施した。この結果、全ての地域で、Google が圧倒的なシェアを持つと考えられた。

なお、この調査のソースには、各種ネット利用者の統計データを提供する statcounter 社（アイルランド）の運営する statcounter.com のデータをソースとして用いた。

図 33 北米における検索エンジンシェア

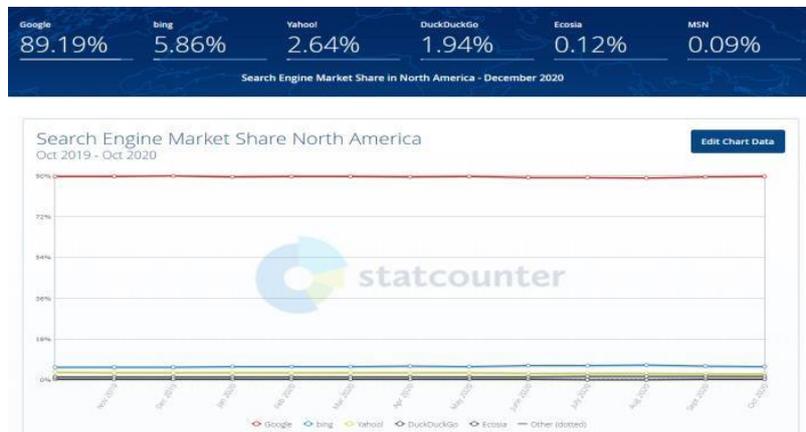
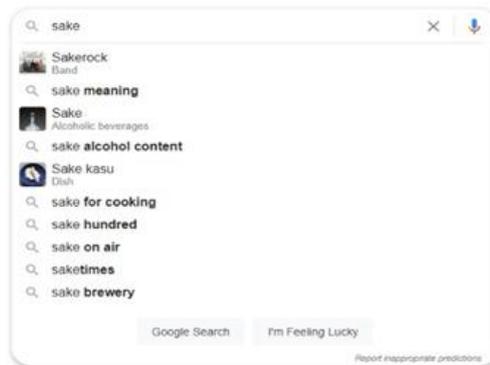


図 34 カナダにおける検索エンジンシェア



検索語句の検討

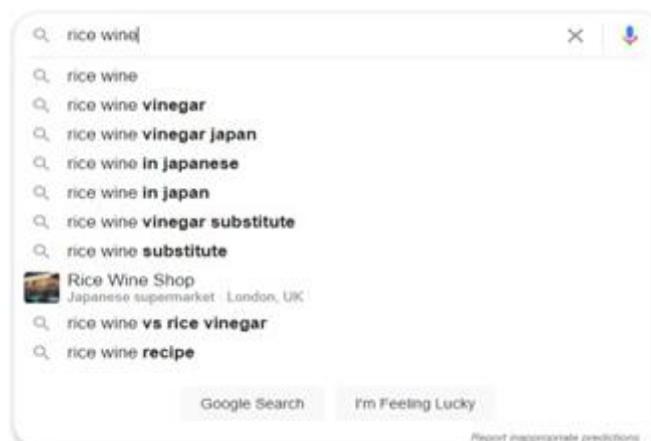
日本酒については、既に「SAKE」と記述されることが一般的となっているが、同jspelに「動機」を意味する名詞があり、Google による検索サジェストについては、US 版、CA 版ともに以下のように表示される。



このことから、日本酒を検索しようとする北米・カナダの市民は、**alcoholic beverage** と注釈のついた **SAKE** を選択すると考えられる。また、表記上のバージョンとして用いられる **saké** に関するサジェストは次の通りとなる。



saké の場合には、日本酒を意味する起用がより強くなるため、**bar** や **restaurant** がサジェストに上がるものと考えられる。このことから **saké** についても計測を行う。また一般的に **sake** は、**rice wine** と解説される。これについてサジェストを確認したのが以下である。



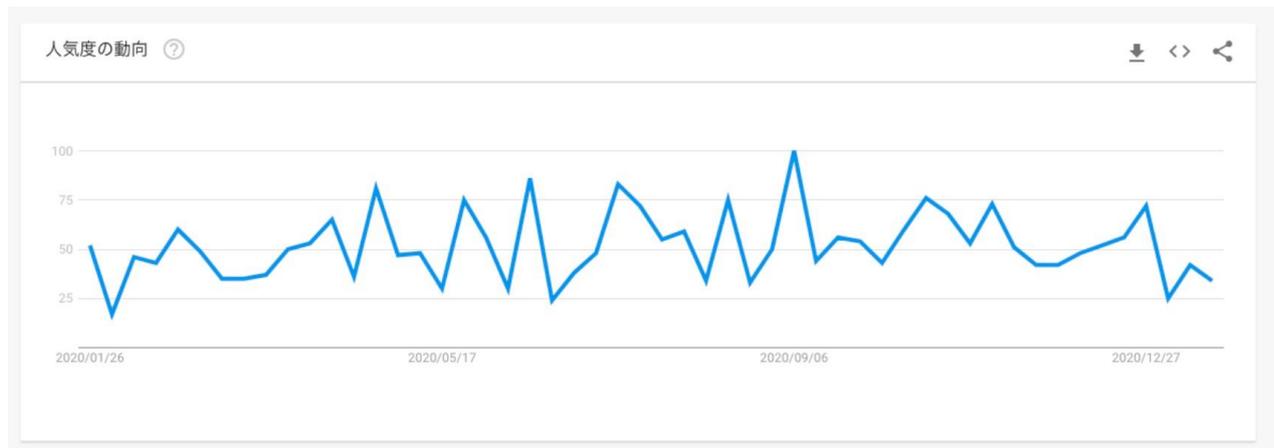
このことから、本来の意味はともかく一般使用法として **ricewine** は米酢や味醂を想起するユーザーが多いことが分かる。このため、今回はこの用語を除くものとする。

実計測

こうしたことから **sake** や **saké** について Google トレンドを用いてカナダ地域で以下の計測を行った。

カナダ全域

指定ワード：**sake**、期間指定：12 か月、カテゴリー：フード・ドリンク



検索推移は変化が激しく、関連キーワードの上位に「for pizza sake」という言葉が出てくるが、これは「for pizza's sake」というピザ店だと考えられる。また、上位表示される日本食店においても、メニューに日本酒の掲載がなく、日本酒とカナダに関するネット記事の量も多くない。このようなことから、カナダにおいて日本酒の認知度は限定的だと推測される。

sake sushi

2080 Wyandotte St W, Windsor, ON N9B 1J7

<https://sakesushiwindsor.webnode.com/>

カナダにおける州ごとのsake検索スコア順位

検索ワード：**sake**

カテゴリー：フード、ドリンク

期間：2020/01/26～2021/01/26

順位	エリア	スコア
1	プリンスエドワードアイランド州	100
2	オンタリオ	98
3	ブリティッシュコロンビア州	90
4	ノバスコシア州	79
5	ニュー・ブランズウィック	72
6	マニトバ	65
7	ケベック	60
8	アルバータ	59
9	ニューファンドランド・ラブラドール州	57
10	サスカチュワン	14
11	ノースウェスト・テリトリーズ	0
12	ヌナブト	0
13	ユーコン・テリトリー	0

5 付録

5.1 アンケート調査票

本調査票

クロス画面作成の換算設問数 33

全員

ご自宅での「アルコールの飲み方」についてお伺いします。

- 1 MASA Q1 過去一年間に、**ご自宅**で飲んだことのあるアルコール飲料を全てお知らせください。
 Q1SQ1 では、**ご自宅**で一番飲むアルコール飲料を**一つだけ**お知らせください。

※ランダム不要

回答
方向
↓

		Q1	Q1SQ1	
		ご自宅	一番ご自宅 で飲む	
1	ビール類	1	1	
2	ワイン類、スパークリングワイン類	2	2	
3	ウイスキー類 または ブランデー類	3	3	
4	スピッツ類計（ジン、ラム、テキーラ、ウォッカなど）	4	4	※画面では非表示。5-8の回答があった場合は、自動的にカウントする。（4つに回答があっても、n=1としてカウント。）
5	ジン類	5	5	
6	ラム類	6	6	
7	テキーラ類	7	7	
8	ウォッカ類	8	8	
9	リキュール類	9	9	
10	日本酒(SAKE)	10	10	
11	焼酎	11	11	
12	上記以外*での、中国国産酒類（白酒、黄酒、紹興酒など） *例えば青島啤酒は上記のビール類で回答をお願いします。	12	12	※P1=3(中華圏)のみ表示
13	その他（具体的にご記入ください： ）	13	13	
14	自宅ではアルコール飲料を飲まない	14	NA	

排他

Q1=1-13 (NOT Q1=14)回答者

ご自宅で一番飲む【Q1SQ1回答再掲】についてお伺いします。

- 1 FA Q1SQ2 先ほどの設問で【Q1SQ1再掲】を一番飲むとご回答いただきました。
 具体的には、どのメーカー、ブランド、商品を飲んでますか。
 できるだけ具体的に記入ください。

一番飲むメーカー、ブランド、商品をご記入ください。

- 1 MASA Q1SQ3 **ご自宅で一番飲むアルコール飲料は、何を重視して選んでいますか。**
 あてはまる項目を全てお知らせください。

Q1SQ4 一番重視しているものを一つだけお知らせください。

Q1SQ3 Q1SQ4

	い く つ で も	一 つ だ け
--	-----------------------	------------------

※ランダム化する

回答
方向
↓

	い く つ で も	一 つ だ け
1 価格	1	1
2 品質	2	2
3 製法、産地	3	3
4 歴史、伝統、文化	4	4
5 味覚（辛口、甘口など）や風味（香りなど）	5	5
6 アルコール度数	6	6
7 飲み方、相性の良い食べ物との組み合わせ、飲用シーン	7	7
8 消費期限、保存方法	8	8
9 購入方法、販売場所、実際に飲める場所	9	9
10 口コミ（実際に飲んだ人、購入した人の口コミなど）	10	10
11 ラベル、ラベル表記、ラベルデザイン	11	11
12 外観、デザイン、パッケージ	12	12
13 その他（具体的に：)	13	13

Q1=1-13 (NOT Q1=14)回答者

ご自宅での「アルコール飲料の購入場所」についてお伺いします。

1 MASA

ご自宅[※]で飲むアルコール飲料をどこで購入していますか？

Q2 過去一年間に、ご自宅で飲むアルコール飲料を購入した場所を全てお知らせください。

Q3 主な購入場所を一つだけお知らせください。

※ランダム化する

回答
方向
↓

		Q2	Q3
		い	ー
		く	っ
		つ	だ
		で	け
		も	
1	酒屋、近所の酒屋（ローカル店）： 酒屋の看板があり、酒類をメインに販売。食料品なども併売。	1	1
2	酒専門店： 多種多様な酒類を販売。希少な酒類や高級な酒類も販売。	2	2
3	総合スーパーの酒売り場： 三越伊勢丹、高島屋、西武、大丸松坂屋、そごう・西武、阪急阪神百貨店など	3	3
4	ショッピングモール、アウトレットモール内の酒販売店： ラポート、エアポートモール（成田国際空港など）、三井アウトレットモールなど。	4	4
5	高級スーパー： 成城石井、紀伊国屋、北野エース、クイーンズ伊勢丹、明治屋など。	5	5
6	大型スーパー、総合スーパー： イオン、イトーヨーカドー、ユニー、マルエツ、コストコ、A-Zスーパーセンターなど。	6	6
7	業務用スーパー： 肉のハケマサなど、業務用スーパーとつながっている店舗など。	7	7
8	中型スーパー、小型スーパー： まいばすけっと、アコレ、マルエツ子、ローカル店舗や独立店舗のスーパーなど。	8	8
9	ドラッグストア： ウエルシア、ツルハ、コスモス、サンドラッグ、マツモトキヨシなど。	9	9
10	コンビニエンスストア： セブンイレブン、ローソン、ファミリーマートなど。	10	10
11	インターネットショッピング	11	11
12	通信販売	12	12
13	定期購読、定期配送	13	13
14	出張や旅行での、移動先での購入	14	14
15	その他（具体的に： ）	15	15

全員

自宅外での「アルコールの飲み方」についてお伺いします。

- 1 MASA Q4 過去一年間に、自宅外で飲んだことのあるアルコール飲料を全てお知らせください。
 Q4SQ1 では、自宅外で一番飲むアルコール飲料を一つだけお知らせください。

		Q4	Q4SQ1	
		自宅外	一番自宅外で	
※ランダム不要	回答方向 ↓			
1	ビール類	1	1	
2	ワイン類、スパークリングワイン類	2	2	
3	ウイスキー類 または ブランデー類	3	3	
4	スピッツ類計 (ジン、ラム、テキーラ、ウォッカなど)	4	4	※画面では非表示。5-8の回答があった場合は、自動的にカウントする。(4つに回答があっても、n=1としてカウント。)
5	ジン類	5	5	
6	ラム類	6	6	
7	テキーラ類	7	7	
8	ウォッカ類	8	8	
9	リキュール類	9	9	
10	日本酒(SAKE)	10	10	
11	焼酎	11	11	
12	上記以外*での、中国産酒類 (白酒、黄酒、紹興酒など) *例えば青島啤酒は上記のビール類で回答をお願いします。	12	12	※P1=3(中華圏)のみ表示
13	その他 (具体的にご記入ください :)	13	13	
14	自宅外ではアルコール飲料を飲まない	14	NA	

排除

Q4=1-13 (NOT Q4=14)回答者

一番飲む【Q4SQ1回答再掲】についてお伺いします。

- 1 FA Q4SQ2 先ほどの設問で【Q4SQ1再掲】を一番飲むとご回答いただきました。
 具体的には、どのメーカー、ブランド、商品を飲んでますか。
 できるだけ具体的に記入ください。

一番飲むメーカー、ブランド、商品をご記入ください。

- 1 MASA Q4SQ3 自宅外で一番飲むアルコール飲料は、何を重視して選んでいますか。
 あてはまる項目を全てお知らせください。

Q4SQ4 一番重視しているものを二つだけお知らせください。

Q4SQ3 Q4SQ4

※ランダム化する

回答
方向
↓

		い く つ で も	一 つ だ け
1	価格	1	1
2	品質	2	2
3	製法、産地	3	3
4	歴史、伝統、文化	4	4
5	味覚（辛口、甘口など）や風味（香りなど）	5	5
6	アルコール度数	6	6
7	飲み方、相性の良い食べ物との組み合わせ、飲用シーン	7	7
8	消費期限、保存方法	8	8
9	購入方法、販売場所、実際に飲める場所	9	9
10	口コミ（実際に飲んだ人、購入した人の口コミなど）	10	10
11	ラベル、ラベル表記、ラベルデザイン	11	11
12	外観、デザイン、パッケージ	12	12
13	その他（具体的に：)	13	13

Q4=1-13 (NOT Q4=14)回答者

自宅外での「アルコール飲料の飲酒場所」についてお伺いします。

- 1 MASA 自宅外でアルコール飲料を飲む場合、どこで飲んでいますか？
 Q5 過去一年間に、自宅外でアルコール飲料を飲んだ場所を全てお知らせください。
 Q6 主な飲酒場所を一つだけお知らせください。

※ランダム化する

回答
方向
↓

		Q5	Q6
		いくつでも	一つだけ
1	居酒屋、食事をしながらアルコール飲料を飲む場所	1	1
2	レストラン	2	2
3	バー(アルコール飲料メイン)	3	3
4	パブ(アルコール飲料メイン)	4	4
5	クラブ、ホール、屋内でのイベント会場や施設 (屋内でのスポーツ観戦、コンサート、演劇、映画などを含む)	5	5
6	屋外でのフェスティバル、屋外イベント、屋外でのスポーツ観戦、 屋外出店での販売	6	6
7	出張や旅行でのホテルや宿泊場所、レストランなど	7	7
8	出張や旅行での移動中の飛行機、列車、空港、駅など	8	8
9	アウトドア・アクティビティ (キャンプ、バーベキュー、海辺、川辺、湖、山、森など)	9	9
10	x x x	10	10
11	x x x	11	11
12	その他 (具体的に :)	12	12

全員

1 MASA 普段は飲んでいないが、自分にとって「新しく興味を持つ、あるいは新しく飲んでみようと思うアルコール飲料」についてお伺いします。

Q8 自分にとって「新しく興味を持つ、あるいは新しく飲んでみようと思うアルコール飲料」について、
あなたご自身が見たり聞いたり接触したりする情報源を全てお知らせください。
Q9 主な情報源を一つだけお知らせください。

※ランダム化する

回答
方向
↓

		Q8	Q9
		い く つ つ で も	一 つ だ け
1	店員の勧め、メニュー、店頭広告	1	1
2	商品陳列や説明	2	2
3	友人知人からの、直接の口コミ	3	3
4	インターネット上での口コミ、SNS、動画	4	4
5	インターネット上での広告	5	5
6	インターネット上での検索、情報収集	6	6
7	TV番組、TV広告、TVでの動画視聴	7	7
8	新聞、雑誌、チラシなどの紙媒体からの情報（記事や広告を含む）	8	8
9	屋外広告（交通広告、看板、デジタルサイネージを含む）	9	9
10	ラジオ番組、ラジオ広告、ラジオ視聴	10	10
11	× × ×	11	11
12	その他（具体的に： _____）	12	12

全員

「外国への興味・関心」についてお伺いします。

- 1 SAMT Q10 以下のそれぞれの国について、あなたご自身の興味・関心の度合いをお知らせください。
 (それぞれの国について、一番近いと思う選択肢をお選びください。)
 ※海外のGDP順で並んでいます。

※ランダム不要

回答
方向
→

	知らない、ほとんど知らない。	興味関心は少ないが、	興味関心があるが、	興味関心がある。	興味関心があり、	行実際に行ってみよう、	
1	アメリカ	1	2	3	4	5	※P1=1 & P2=1(アメリカは非表示)
2	中国	1	2	3	4	5	※P1=3(中華圏は非表示)
3	日本	1	2	3	4	5	
4	ドイツ	1	2	3	4	5	※P1=2 & P2=3(ドイツは非表示)
5	インド	1	2	3	4	5	
6	イギリス	1	2	3	4	5	※P1=2 & P2=1(イギリスは非表示)
7	フランス	1	2	3	4	5	※P1=2 & P2=2(フランスは非表示)
8	イタリア	1	2	3	4	5	※P1=2 & P2=4(イタリアは非表示)
9	ブラジル	1	2	3	4	5	
10	カナダ	1	2	3	4	5	※P1=1 & P2=2(カナダは非表示)

全員

「日本」への興味・関心についてお伺いします。

- 1 SAMT Q11 先ほどの設問で、「日本」への興味関心について、【Q10=3の回答を再掲】と回答いただきました。
 次は日本のそれぞれの分野について、あなたご自身の興味関心の度合いについて、一番近いと思う選択肢をお選びください。

※ランダム化する

回答
方向
→

	知らない、ほとんど知らない。	興味関心はあまりないが、	興味関心があるが、	興味関心がある、	興味関心がある、	実際に体験してみたい、
1	一般的な日本の歴史、伝統、文化	1	2	3	4	5
2	日本食	1	2	3	4	5
3	日本のアルコール飲料	1	2	3	4	5
4	日本のアニメ、漫画、オタク文化	1	2	3	4	5
5	日本の自動車、オートバイ、家電製品、工業製品	1	2	3	4	5
6	日本のテクノロジー、先端技術や情報	1	2	3	4	5
7	日本の皇室	1	2	3	4	5
8	日本のスポーツ	1	2	3	4	5
9	日本の自然、自然環境、空気、水、海、山、森、雪	1	2	3	4	5
10	その他（具体的に：_____）	1	2	3	4	5

全員

「日本」&「アルコール飲料」の興味・関心についてお伺いします。

- 1 SAMT Q12 先ほどの設問で、「日本」の「アルコール飲料」への興味関心について、【Q11=3の回答を再掲】と回答いただきました。
日本では様々なアルコール飲料が作られています。
あなたご自身は、日本で作られている以下のアルコール飲料について、どの程度ご存じですか。

※ランダム化する

回答
方向
→

	知らない、ほとんど知らない。	興味関心はないが、	興味関心があるが、	興味関心がある、	興味関心がある、	実際に飲んでみたい、
1	ビール	1	2	3	4	5
2	ウイスキー	1	2	3	4	5
3	クラフトジン	1	2	3	4	5
4	ワイン	1	2	3	4	5
5	日本酒(SAKE)	1	2	3	4	5
6	焼酎	1	2	3	4	5
7	泡盛	1	2	3	4	5
8	その他（具体的に： _____）	1	2	3	4	5

全員

「日本産」アルコール飲料の興味・関心についてお伺いします。

- 2 FA Q13 先ほどの設問で「興味関心があり、調べたことがある」や「実際に飲んでみたい、飲んだことがある」ご回答いただいた日本産アルコール飲料についてお伺いします。
 具体的には、どのメーカー、ブランド、商品名を頭に思い浮かべますか。
 ※分かる範囲で、できるだけ具体的にご記入ください。例えば、キューバ産のラム酒であれば、ハバナクラブとご記入ください。
 ※複数ある場合は、最初に思いつくメーカー、ブランド、商品名をご記入ください。

※ランダム化する⇒表示順はQ12に合わせる。

		下記に、最初に思いつく メーカー、ブランド、商品名をご記入ください。	
1	ビール		Q12=1=4,5の回答があった場合のみ表示
2	ウイスキー		Q12=2=4,5の回答があった場合のみ表示
3	クラフトジン		Q12=3=4,5の回答があった場合のみ表示
4	ワイン		Q12=4=4,5の回答があった場合のみ表示
5	日本酒(SAKE)		Q12=5=4,5の回答があった場合のみ表示
6	焼酎		Q12=6=4,5の回答があった場合のみ表示
7	泡盛		Q12=7=4,5の回答があった場合のみ表示
8	その他（具体的に： _____）		Q12=8=4,5の回答があった場合のみ表示

※特になし、分からない場合は、「特になし」とご記入ください。

全員

普段利用している「検索エンジン（検索サイト）」についてお伺いします。

- 1 MASA Q14 インターネット上での情報を検索する際に、どちらの検索エンジン（検索サイト）を利用していますか。
 あなたご自身が利用している検索エンジン（検索サイト）を全てお知らせください。
 Q15 一番利用する検索エンジン（検索サイト）を一つだけお知らせください。

※ランダム化する

回答
方向
↓

		Q13	Q14	
		い	ひ	
		く	と	
		つ	つ	
		で	だ	
		も	け	
1	Google	1	1	
2	Bing	2	2	
3	Yahoo!	3	3	
4	百度、百度知道、百度百科	4	4	※P1=3(中華圏)のみ表示
5	360搜	5	5	※P1=3(中華圏)のみ表示
6	搜狗	6	6	※P1=3(中華圏)のみ表示
7	DuckDuckGo	7	7	
8	Ecosia	8	8	※P2=3(ドイツ)のみ表示
9	xxx	9	9	
10	その他（具体的に： _____）	10	10	

全員

「検索エンジン（検索サイト）」での「日本」&「アルコール飲料」の検索について。

- 1 SA Q16 あなたご自身は、過去に検索エンジン（検索サイト）で、「日本」&「アルコール飲料」のようなキーワードを入力して、情報を調べたことがありますか。
具体的には、例えば「SAKE」などのキーワードを使用している検索です。
- 1 過去に一度も検索したことはない。
 - 2 ほとんど検索しないが、検索したことがある。
 - 3 たまに検索することがある。
 - 4 普段から検索している。

Q16=2-4回答者のみ

具体的な検索ワードについて。

- 1 MA Q18 「日本のアルコール飲料」を検索する際に、どのようなキーワードで検索をしましたか。
あてはまるキーワードの種類を全てお知らせください。
- ※ランダム化する⇒表示順はQ12に合わせることを。
- 1 ビール
 - 2 ウイスキー
 - 3 クラフトジン
 - 4 ワイン
 - 5 日本酒(SAKE)
 - 6 焼酎
 - 7 泡盛
 - 8 その他（具体的に：)

全員

「日本のアルコール飲料」について、具体的に知りたいこと。

- 1 MASA Q19 「日本のアルコール飲料」を調べるとしたら、具体的にどのようなことを知りたいと思いますか。
 知りたい内容について、全てお知らせください。
 Q20 一番知りたい内容を一つだけお知らせください。

※ランダム化する

回答
方向
↓

		Q19	Q20
		い	ひ
		く	と
		つ	つ
		で	だ
		も	け
1	価格	1	1
2	品質	2	2
3	製法、産地	3	3
4	歴史、伝統、文化	4	4
5	味覚（辛口、甘口など）や風味（香りなど）	5	5
6	アルコール度数	6	6
7	飲み方、相性の良い食べ物との組み合わせ、飲用シーン	7	7
8	消費期限、保存方法	8	8
9	購入方法、販売場所、実際に飲める場所	9	9
10	口コミ（実際に飲んだ人、購入した人の口コミなど）	10	10
11	日本のアルコール飲料の一覧比較、まとめ情報	11	11
12	ラベル、ラベル表記、ラベルデザイン	12	12
13	外観、デザイン、パッケージ	13	13
14	その他（具体的に： _____）	14	14

Q1=10 and/or Q4=10

「日本酒」の飲酒について。

- 1 SAMT Q21 以前の質問で、あなたが自身は過去一年以内に日本酒を飲んだことがあるとご回答いただいております。
 Q21SQ 日本酒の飲酒頻度について、ご自宅と自宅外に分けてお知らせください。

		Q21	Q21SQ
		日自 本宅 酒内 ので 飲の 酒頻 度	日自 本宅 酒外 ので 飲の 酒頻 度
1	毎日、ほぼ毎日（週6-7日）	1	1
2	週に4-5日位	2	2
3	週に2-3日位	3	3
4	週に1日位	4	4
5	月に2-3日位	5	5
6	月に1日位	6	6
7	3か月に1-2日位	7	7
8	年に1-3日位	8	8
9	ほとんど飲まない、全く飲まない	9	9

回答
方向
↓

Q1=10 and/or Q4=10

「日本酒」の重視点について。

- 1 MASA Q22 日本酒を飲む際に、何を重視して選んでいますか。
あてはまる項目を全てお知らせください。

Q22SQ 一番重視しているものを二つだけお知らせください。

※ランダム化する

回答
方向
↓

		Q22	Q22SQ
		い	ー
		く	っ
		つ	だ
		で	け
		も	
1	価格	1	1
2	品質	2	2
3	製法、産地	3	3
4	歴史、伝統、文化	4	4
5	味覚（辛口、甘口など）や風味（香りなど）	5	5
6	アルコール度数	6	6
7	飲み方、相性の良い食べ物との組み合わせ、飲用シーン	7	7
8	消費期限、保存方法	8	8
9	購入方法、販売場所、実際に飲める場所	9	9
10	口コミ（実際に飲んだ人、購入した人の口コミなど）	10	10
11	ラベル、ラベル表記、ラベルデザイン	11	11
12	外観、デザイン、パッケージ	12	12
13	その他（具体的に： _____）	13	13

Q1=10

自宅で飲む「日本酒」の購入場所について。

- 1 FA Q23 自宅で飲む「日本酒」をどこで購入していますか。
できるだけ具体的に、購入場所や購入方法をご記入ください。

Q4=10

自宅外で飲む「日本酒」の飲酒場所について。

- 1 FA Q24 自宅外で「日本酒」を飲む場合、どのような場所で飲んでいますか。
できるだけ具体的に、飲酒場所や店舗名、お店の種類（例：日本食レストランなど）をご記入ください。

Q1=10 and/or Q4=10

「日本酒」の購入金額について。

- 1 SAMT Q25 日本酒の購入金額はいくらぐらいですか。
 一か月あたりで、「日本酒」の購入金額や飲酒金額をお知らせください。
 Q25SQ 自宅内での飲酒と、自宅外での飲酒に分けてお知らせください。

	自宅内(Q25) 一か月あたり	自宅外(Q25SQ) 一か月あたり
1千円未満	1	1
1-3千円くらい	2	2
3-5千円くらい	3	3
5千円-1万円くらい	4	4
1万円以上	5	5
不明、分からない	6	6

Q1=11 and/or Q4=11

「焼酎」の飲酒について。

- 1 SAMT Q26 以前の質問で、あなたが自身は過去一年以内に焼酎を飲んだことがあるとご回答いただいております。
 Q26SQ 焼酎の飲酒頻度について、ご自宅と自宅外に分けてお知らせください。

		Q26 焼酎の 飲酒の 頻度	Q26SQ 焼酎の 飲酒の 頻度
	回答 方向 ↓		
1	毎日、ほぼ毎日（週6-7日）	1	1
2	週に4-5日位	2	2
3	週に2-3日位	3	3
4	週に1日位	4	4
5	月に2-3日位	5	5
6	月に1日位	6	6
7	3か月に1-2日位	7	7
8	年に1-3日位	8	8
9	ほとんど飲まない、全く飲まない	9	9

Q1=11 and/or Q4=11

「焼酎」の重視点について。

1 MASA Q27 焼酎を飲む際に、何を重視して選んでいますか。
あてはまる項目を全てお知らせください。

Q27SQ 一番重視しているものを一つだけお知らせください。

※ランダム化する

回答
方向
↓

		Q27	Q27SQ
		い	一
		く	つ
		っ	だ
		で	け
		も	
1	価格	1	1
2	品質	2	2
3	製法、産地	3	3
4	歴史、伝統、文化	4	4
5	味覚（辛口、甘口など）や風味（香りなど）	5	5
6	アルコール度数	6	6
7	飲み方、相性の良い食べ物との組み合わせ、飲用シーン	7	7
8	消費期限、保存方法	8	8
9	購入方法、販売場所、実際に飲める場所	9	9
10	口コミ（実際に飲んだ人、購入した人の口コミなど）	10	10
11	ラベル、ラベル表記、ラベルデザイン	11	11
12	外観、デザイン、パッケージ	12	12
13	その他（具体的に：)	13	13

Q1=11

自宅で飲む「焼酎」の購入場所について。

1 FA Q28 自宅で飲む「焼酎」をどこで購入していますか。
できるだけ具体的に、購入場所や購入方法をご記入ください。

Q4=11

自宅外で飲む「焼酎」の飲酒場所について。

1 FA Q29 自宅外で「焼酎」を飲む場合、どのような場所で飲んでいますか。
できるだけ具体的に、飲酒場所や店舗名、お店の種類（例：日本食レストランなど）をご記入ください。

Q1=11 and/or Q4=11

「焼酎」の購入金額について。

- 1 SAMT Q30 焼酎の購入金額はいくらですか。
 一か月あたりで、「焼酎」の購入金額や飲酒金額をお知らせください。
 Q30SQ 自宅内での飲酒と、自宅外での飲酒に分けてお知らせください。

	自宅内(Q30) 一か月あたり	自宅外(Q30SQ) 一か月あたり
1千円未満	1	1
1-3千円くらい	2	2
3-5千円くらい	3	3
5千円-1万円くらい	4	4
1万円以上	5	5
不明、分からない	6	6

全員

「Covid-19」での飲酒量の変化について。

- 1 SA Q31 Covid-19の流行により、世界のライフスタイルは変化しています。
 例えばある国の調査では、外出先での飲酒機会は減ったが、自宅での飲酒量が増えたため、合計でのアルコール飲料の販売量が増えたと報告されています。
 一年前と比べて、あなたご自身の飲酒量についてはいかがでしょうか。
- 1 (飲酒量は) 減ったと思う。
 - 2 変わらない、どちらともいえない。
 - 3 (飲酒量は) 増えたと思う。

全員

「Covid-19」終息後の飲酒について。

- 1 SAMT Q32 Covid-19の終息後、ご自宅や自宅外で飲酒頻度はどうなりそうですか。
 Q32SQ Covid-19終息後の飲酒について、ご自宅と自宅外に分けて、ご希望の飲酒頻度をお知らせください。

		Q32	Q32SQ
		自 宅 内 で の 飲 酒	自 宅 外 で の 飲 酒
	回答 方向 ↓		
1	毎日、ほぼ毎日（週6-7日）	1	1
2	週に4-5日位	2	2
3	週に2-3日位	3	3
4	週に1日位	4	4
5	月に2-3日位	5	5
6	月に1日位	6	6
7	3か月に1-2日位	7	7
8	年に1-3日位	8	8
9	ほとんど飲まない、全く飲まない	9	9

全員

- 1 SAMT Q33 あなたの個人年収をお知らせください。
 Q34 あなたの世帯年収をお知らせください。
 （一人暮らしの場合は、個人年収と同じレンジで回答をお願いします。）

		Q33	Q34
		個人 年 収	世 帯 年 収
	回答 方向 ↓		
1	100万円未満	1	1
2	100-200万円未満	2	2
3	200-300万円未満	3	3
4	300-400万円未満	4	4
5	400-600万円未満	5	5
6	600-800万円未満	6	6
7	800-1,000万円未満	7	7
8	1,000-1,200万円未満	8	8
9	1,200-1,400万円未満	9	9
10	1,400-1,600万円未満	10	10
11	1,600-1,800万円未満	11	11
12	1,800-2,000万円未満	12	12
13	2,000-2,500万円未満	13	13
14	2,500-3,000万円未満	14	14
15	3,000-3,500万円未満	15	15
16	3,500-4,000万円未満	16	16
17	4,000万円以上	17	17
18	分からない、答えたくない	18	18

Q34の世帯年収が、Q33の個人年収のレンジと同等か、上回ること。

最後までありがとうございました。

